

U N I V E R S I D A D



DE LOS HEMISFERIOS

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Tema:

Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa En Quito, Que Permite La Comercialización Minorista Y Temporales De Alimentos Preparados Por Parroquia Urbana, A Través De Una App Móvil

Trabajo De Titulación para la obtención del Título De Ingeniería Comercial

Presentada por:

Cristian Javier Núñez Zambrano

Director:

Msc. Paul Valencia Narvaez

Quito, Febrero de 2021

Resumen

La presente propuesta de negocio, se basa en satisfacer una necesidad latente en el Distrito Metropolitano de Quito, aquí se presenta una aplicación móvil que permitirá a los comerciantes de alimentos preparados distribuir sus productos y que los clientes puedan adquirirlos desde cualquier punto de la ciudad. La propuesta se presenta como innovadora, teniendo una marcada diferencia en relación a la competencia, ya que, al ser una aplicación móvil, será ágil y amigable permitiendo de esta manera que los establecimientos, repartidores y consumidores estén satisfechos al momento de usarla. Luego de haber realizado los análisis correspondientes, se puede apreciar que esta tendrá una gran oportunidad de participación en el mercado porque su enfoque está orientado a PYMES y estas no tienen un medio propio de entrega a domicilio, también pretende ofrecer una fuente de ingreso para los repartidores y finalmente los clientes podrán diferenciar esta aplicación de otras similares.

Palabras clave: Aplicación móvil, establecimientos, entrega a domicilio, repartidores.

Abstract

This business proposal is based on satisfying a latent need in the Metropolitan District of Quito, here is a mobile application that will allow merchants of prepared foods to distribute their products and that customers can purchase them from anywhere in the city. The proposal is presented as innovative, having a marked difference in relation to the competition, since, being a mobile application, it will be agile and friendly, thus allowing establishments, distributors and consumers to be satisfied when using it. After having carried out the corresponding analyzes, it can be seen that this will have a great opportunity to participate in the market because its approach is oriented to SMEs and they do not have their own means of home delivery, it also intends to offer a source of income for delivery drivers and finally customers will be able to differentiate this application from other similar ones.

Key word: Mobile application, establishments, home delivery, delivery men.

Declaración de Principios

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de Los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en este ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura dentro de la institución, a la vez que autorizo el uso comercial de mi obra a la Universidad de Los Hemisferios, siempre y cuando se me reconozca el cuarenta por ciento (40%) de los beneficios económicos resultantes de esta explotación.

Además, me comprometo a hacer constar, por todos los medios de publicación, difusión y distribución, que mi obra fue producida en el ámbito académico de la Universidad de Los Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee.

Cristian Núñez

C.I.:1715113922

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado a mis padres, porque siempre estuvieron apoyándome y dirigiéndome hacia mis metas. Al Rector de la Universidad Ph. D Diego Alejandro Jaramillo quien confió en mis capacidades para poder concluir una carrera profesional. También, dedico a mi comprometida Verónica Rojas, la que me ayudo a nunca rendirme y sobre todo apoyarme en las difíciles circunstancias.

ÍNDICE

Resumen	2
Abstract	3
Declaración de Principios.....	4
Dedicatoria	5
Objetivos	12
1. Objetivo General	12
2. Objetivos Específicos.....	12
CAPITULO I.....	13
ANÁLISIS DE SITUACIONAL.....	13
1. Análisis del entorno general – PEST	13
1.1. Análisis político y legal.....	13
1.2. Análisis económico	14
1.3. Análisis social	15
1.4. Análisis tecnológico	16
2. Análisis del entorno específico	17
2.1. Poder de negociación con los clientes.....	17
2.2. Poder de negociación con los proveedores.....	17
2.3. Amenaza de nuevos entrantes.....	19
2.4. Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	20
2.5. Rivalidad entre competidores	20
3. Análisis Interno	21
3.1. Recursos Tangibles.....	21
3.2. Recursos Intangibles	21
3.3. Capacidades de Talento Humano	22

3.4. Capacidades Organización	22
3.5. Análisis D.A.F.O	23
3.6. Análisis CAME	23
3.7. Modelo CANVAS	25
3.7.1. Objetivos Estratégicos	25
3.7.2. Estrategia Empresarial	25
CAPITULO II	27
Plan de Marketing.....	27
1. Análisis de Potencial y Segmentación de Mercado	27
1.1. Resultados sobre usuarios y/o habitantes	28
1.2. Resultados sobre establecimientos	30
1.3. Servicio	32
1.4. Precio	32
1.5. Distribución	33
1.6. Promoción	34
CAPITULO III	35
Plan de Operaciones.....	35
1. Localización de la matriz	35
2. Prestación del Servicio	35
3. Procesos Comerciales	36
Plan Organizativo y de Recursos Humanos	37
1. Constitución de la Sociedad	37
2. Organigrama	37
3. Puestos de Trabajo	38
4. Política de Recursos Humanos	41
CAPITULO IV	42

Plan Financiero	42
1. Plan de Inversión Inicial	42
2. Plan de Financiación	44
3. Previsión de Ventas y Costos.....	44
4. Previsión de Costos y Gastos.....	47
5. Balance de Pérdidas y Ganancias Provisional.....	48
6. Balance de Situación Provisional.....	49
7. Análisis Económico-Financiero.....	50
7.1. Valor Actual Neto – VAN.....	50
7.2. Tasa Interna de Retorno- TIR	51
7.3. Recuperación de inversión	51
CAPITULO V	53
Análisis y conclusiones	53
Recomendaciones	54
Bibliografía.....	56
ANEXOS.....	61
Anexo 1: Formato de encuesta comerciantes y clientes	61
Anexo 2 Tabulación de encuestas comerciantes.....	64
Anexo 3 Tabulación de encuestas clientes	67
Anexo 4 Proceso de servicio	71
Anexo 5 Sueldos y salarios	72
Anexo 6 Costo y gasto de la propuesta	74
Anexo 7 Depreciación y amortización	75
Anexo 8 Flujo de caja mensual	76
Anexo 9 Flujo de caja anual.....	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pobreza diciembre del 2014 – 2019 ciudades principales	15
Tabla 2 Estado de empresas en el D.M Quito	18
Tabla 3 RUCS activos en la provincia de Pichincha	19
Tabla 4 Calificación de aplicaciones móviles	20
Tabla 5 Recursos tangibles.....	21
Tabla 6 Capacidades de talento humano.....	22
Tabla 7 Capacidades de organización.....	22
Tabla 8 Análisis F.O.D.A.....	23
Tabla 9 Análisis CAME.....	24
Tabla 10. Segmentación de mercado	27
Tabla 11. Muestra de la investigación	28
Tabla 12 Resultados de la encuesta de clientes	28
Tabla 13 Resultados de la encuesta de establecimientos	30
Tabla 14 Precio de entrega.....	33
Tabla 15 Precio publicidad en aplicación	33
Tabla 16 Perfil de la Gerencia General.....	38
Tabla 17 Perfil de Secretaria	38
Tabla 18 Perfil de Programador.....	39
Tabla 19 Perfil de Administrador	40
Tabla 20 Perfil de Comercial.....	40
Tabla 21 Activos propuesta de negocio	42
Tabla 22 Activos intangibles legales	43
Tabla 23 Inversión inicial.....	43
Tabla 24 Estructura del financiamiento	44

Tabla 25 Costo financiero	44
Tabla 26 Detalle de ingresos entrega	45
Tabla 27 Precio por publicidad- establecimiento	46
Tabla 28 Ingreso por publicidad.....	46
Tabla 29 Detalle de ingresos	47
Tabla 30 Pronóstico de costos y gastos.....	47
Tabla 31 Estado de resultados esperado	48
Tabla 32 Balance general	49
Tabla 33 Valor Actual Neto- VAN.....	50
Tabla 34 Tasa Interna de Retorno.....	51
Tabla 35 Recuperación de la inversión	51
Tabla 36 Sueldos y salarios.....	72
Tabla 37 Costo y gasto de la propuesta.....	74
Tabla 38 Depreciación y amortización de activos.....	75
Tabla 39 Flujo de caja mensual	76
Tabla 40 Flujo de caja anual.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Variación de la inflación anual 2019 en porcentaje.....	14
Figura 2 Modelo CANVAS de la propuesta	25
Figura 3 Modelo CANVAS modificado	32
Figura 4 Localización de la matriz	35
Figura 5 Estructura organizacional	37

Objetivos

A continuación, se exponen el objetivo general y los específicos asociados con el desarrollo del presente proyecto de empresa.

1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de la propuesta de una aplicación móvil, para facilitar la comercialización minorista y temporales de alimentos preparados en los sectores urbanos del Distrito Metropolitano de Quito.

2. Objetivos Específicos

- Analizar los aspectos externos, tanto generales como específicos, del mercado de comercialización de alimentos preparados, asociado con la propuesta de aplicación móvil
- Determinar las características y preferencias del segmento de mercado de la propuesta de aplicación móvil para la comercialización de alimentos preparados.
- Presentar los aspectos funcionales y beneficios de la propuesta de aplicación móvil para la comercialización de alimentos preparados.
- Establecer las estrategias de marketing para la propuesta de aplicación móvil para la comercialización de alimentos preparados.
- Realizar un análisis financiero y económico de la propuesta de aplicación móvil para la comercialización de alimentos preparados.

CAPITULO I

ANÁLISIS DE SITUACIONAL

En esta sección, se analizará e interpretará el entorno en el cual se desenvuelve la propuesta de creación de una empresa especializada en comercialización minorista y temporales de alimentos preparados por parroquia urbana, a través de una APP móvil en el Distrito Metropolitano de Quito.

1. Análisis del entorno general – PEST

Por medio del análisis de entorno general- PEST, se puede identificar y comprender el entorno externo de la propuesta de creación, a esta se la especifica como una herramienta de planeación estratégica dentro de una empresa u organización, su acrónimo se define de la siguiente manera: político, económica, social y tecnológico (Alvarado, 2015)

1.1. Análisis político y legal

Ecuador se encuentra sumergido en un escenario político conflictivo e inestable, en donde el gobierno central, se ha visto involucrado constantemente en problemas y altercados, relacionado a vínculos con el narcotráfico, corrupción en las instituciones públicas, los cortes de subsidios y un posible estallido social crean una atmósfera confusa en cuanto a las soluciones a corto y mediano plazo. (Játiva, Ecuador, huérfano político, 2019)

Considerando descontento y desaprobación social hacia el gobierno de Lenin Moreno, al revisar materia política relacionada a impulsar el emprendimiento e innovación en el país este escenario es completamente diferente ya que durante su gobierno se han realizado acciones en beneficio de las pequeñas empresas y los proyectos de innovación. La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación busca modificar principalmente las políticas públicas, propiedad intelectual e innovación brindando fuentes alternativas de financiamiento, para de esta forma incentivar la creación, perfeccionamiento, crecimiento y expansión de proyectos de emprendimiento como base del desarrollo productivo y tecnológico en el país. Dentro de esta ley se creó el Consejo Nacional para el Emprendimiento y la Innovación (CONEIN), cuyo objetivo es coordinar planes que promuevan y fomenten el emprendimiento. También, se brinda a las instituciones de Educación General y Superior una opción de titulación al poder realizar la implementación de negocio o proyectos de emprendimiento donde se promoverá la formación, capacitación

e intercambio de experiencias con el cuerpo docente y empresarios invitados. (Fundación BBVA, 2019)

El ambiente político en Ecuador refleja un estado de cautela e incertidumbre, existiendo vacíos legales relacionados a los proyectos de empresas tecnológicas y Pymes de bajos presupuesto, la Ley Orgánica de emprendimiento e Innovación recientemente implementa, hace que no se perciba una estabilidad requerida para el normal desarrollo de cualquier tipo de actividad, por lo que se debe proceder con cierta cautela.

1.2. Análisis económico

El escenario económico en Ecuador, no es alentador o positivo, ya que los informes del Banco Central del Ecuador, pronostican un crecimiento insignificante de aproximadamente del 0,2% para los próximos años. Considerando que a finales del 2019 las manifestaciones que provocaron un paro nacional y pérdidas estimadas en 800 millones de dólares afecta al Producto Interno Bruto (PIB), hace tener pronósticos negativos y poco alentadores para los próximos años. (Zambrano, 2020)

Según Tapia y Astudillo (2020), el Ecuador cerró el año 2019 con una inflación de -0,07%, por segundo año ha vuelto a reflejar cifras negativas. En la figura 1 se puede apreciar las variaciones del año 2019, en donde la deflación se acentúa principalmente en el último trimestre de este año. Bajo estas características los comercios se ven obligados a bajar los precios con la finalidad de atraer el consumo de la población.

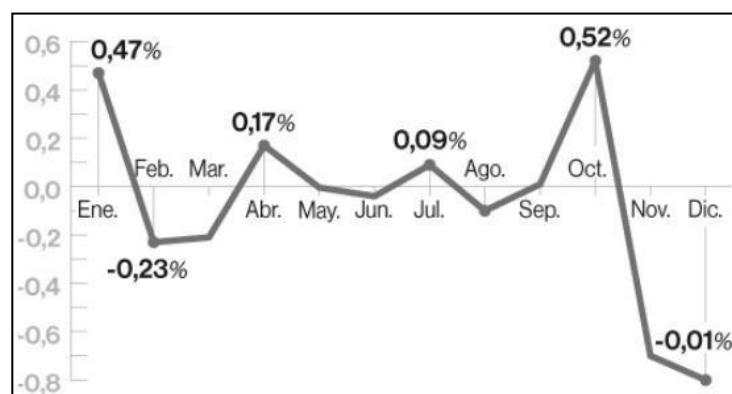


Figura 1 Variación de la inflación anual 2019 en porcentaje

Fuente: Tapia y Astudillo (2020)

Pablo Zambrano por medio de la Cámara de Industrias y Producción, analiza las posibles pérdidas que tendrá la industria durante el paso de la COVID-19 en Ecuador, estas tienen diferencias con las cifras presentadas por el gobierno porque se toma diferentes variables para medir el impacto. EL comercio es el sector que presenta las peores cifras en donde 7.700 locales están cerrados con la finalidad frenar los contagios esto representa una pérdida de USD 14.500 millones, desde este punto de vista el desempleo tendrá una tendencia al alza aquí 185.563 personas perderían su trabajo. (Zambrano, 2020). El Fondo Monetario Internacional, realizó la estimación económica para el año 2020 en Latinoamérica, el informe recalca que Ecuador decrecerá el 10,9% y se prevé leves recuperaciones para los siguientes años (Torres, 2020)

1.3. Análisis social

Los índices de pobreza y desigualdad son algunos de los factores principales para conocer o determinar la situación social o panorama que presenta un país o región específica. Para identificar cuáles son los sectores de la sociedad considerados como los menos favorecidos, se han implementado censos e investigaciones poblacionales, a fin de obtener una interpretación del comportamiento según años anteriores de los sectores rurales vs. sectores urbanos o a su vez midiendo insistencias o intensidad del nivel de pobreza entre los diferentes países. (MPPN, 2018)

Con respecto a los indicadores de pobreza en el Ecuador, un informe publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), y elaborado por Lombeida y Serrano (2020), para el mes de diciembre del 2019 se realizó un estudio por medio de una encuesta nacional para determinar el índice resultados de pobreza y desigualdad en las principales ciudades del país, arrojando los siguientes resultados:

Tabla 1 Pobreza diciembre del 2014 – 2019 ciudades principales

Ciudad	dic-14	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	Variación significativa dic 18/dic 19
Quito	7,50%	8,70%	10,20%	7,30%	8,30%	8,20%	No
Guayaqui	12,70%	11,70%	12,50%	9,60%	9,90%	11,20%	No
Cuenca	7,80%	4,50%	7,50%	4,00%	4,20%	4,10%	No
Machala	11,90%	9,60%	11,60%	13,60%	8,60%	9,20%	No
Ambato	7,30%	8,00%	12,30%	11,30%	8,40%	8,30%	No

Fuente: Lombeida y Serrano (2020)

En la ciudad de Quito prácticamente no existe variación en las cifras de pobreza en relación a las cifras de año 2019, con una reducción de 0,1%, no existe una variación significativa.

1.4. Análisis tecnológico

Con el pasar de los años, los avances en tecnologías de la información y comunicación (TIC), tienen cada vez mayor acogida en la vida cotidiana de las personas, ya que con los adelantos tecnológicos que nos permiten tener accesibilidad a diferentes plataformas y aplicaciones nos facilitan el trabajo, la educación y en sí las actividades cotidianas y que además se encuentran al alcance de todos.

Hoy en día las aplicaciones para celulares han tenido un alto crecimiento en su creación y utilización, aquí se puede encontrar diversión, comunicación, gastronomía, literatura en general, traductores, información turística, rutina de gimnasia, entre otros. Las aplicaciones para celular y la tecnología se ha convertido en una de las herramientas más utilizadas para resolver problemas en el mundo (Espinoza, 2015).

En medio de la pandemia ocasionada por la COVID -19, en Ecuador se ha tenido un crecimiento del 30% en la demanda de los servicios de internet, esto por la necesidad de teletrabajo, clases virtuales o entretenimiento, el 92.3% de usuarios accede a las velocidades máximas por que accede a contenido todos los días y todo el día, ya sea por redes sociales, correo electrónico, mensajería, consultas, gestiones en línea. Por otro lado el riesgo cibernético ha tenido un crecimiento ya que al tener a los trabajadores en la modalidad de teletrabajo pueden acceder desde sus casas a redes corporativas brindando a los ciberdelincuentes el espacio apropiado para delinquir (El Universo, 2020).

Con los datos mostrados podemos definir que hoy en día las personas están muy relacionadas con el uso continuo de dispositivos móviles, ya sea para comunicarse, informarse, dentro de su vida cotidiana. En la actualidad se ha creado en la población la necesidad de tener en su celular absolutamente todo, es aquí donde las aplicaciones móviles juegan un papel muy importante ya que permite al usuario tener acceso a los productos servicios de un determinado establecimiento. Sin embargo, en los sectores rurales aún existe deficiencia en el alcance de este servicio por esta razón es importe más inversión.

2. Análisis del entorno específico

Para analizar el entorno específico asociado a la propuesta de una aplicación móvil, para facilitar la comercialización minorista y temporales de alimentos preparados en los sectores urbanos del Distrito Metropolitano de Quito, se estudió las cinco fuerzas de Porter. Esta es una herramienta basada en el análisis de competidores (actuales y nuevos), proveedores, clientes, nuevos productos o servicios, datos fundamentales para la operación estratégica de una empresa u organización, al ser un estudio sistemático se podrá plantear con claridad cuál es la posición actual de la empresa en el mercado. (Porter, 1979).

2.1. Poder de negociación con los clientes

El 74% de los ecuatorianos han reconsiderado el uso de nuevas marcas basando su decisión a una mejor propuesta valor, y priorizando la compra de bienes o servicios nacionales para de esta forma reactivar la economía del país (Coba, 2020).

Las limitaciones en movilidad que ha impuesto el gobierno central del Ecuador con el fin de disminuir los contagios por la COVID-19, ha hecho que el uso de aplicaciones tenga un aumento sustancial, llegando en algunos casos a saturar las aplicaciones o sitios web, algunas cadenas comerciales también han tenido un incremento en las compras on-line. Esto considerando que muchas familias tienen miedo de salir de sus casas por temor a contagios, hace que las aplicaciones se vuelven una opción para recibir los productos en la puerta de casa (Tapia & Silva, 2020).

En el 2018, el Distrito Metropolitano de Quito fue la ciudad más poblada del Ecuador, superando de esta forma a Guayaquil para el 2019 la capital aun ocupó el primer lugar. (Carvajal, 2019). De esta forma se puede comprender que penetrar el mercado del Distrito Metropolitano de Quito por medio de una aplicación móvil podría ser una buena opción ya que bajo la “nueva normalidad” los clientes esperan recibir su producto en la comodidad de su casa.

2.2. Poder de negociación con los proveedores

En medio de la pandemia originada por la COVID-19, en donde las restricciones de movilidad han sido una constante, solo el 20% de restaurantes han permanecido operativos en la provincia de Pichincha, estos han tenido que adaptarse o reforzar las entregas a domicilio en algunos casos por medio de aplicaciones móviles, en medio de este escenario

muchos de estos negocios han mantenido una relación con sus clientes sin que estos conozcan donde están ubicados, por esta razón se las llama “cocina fantasma”, término popularizado y de gran apogeo en medio de la nueva normalidad (Coba, 2020).

Según los datos obtenidos en la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, en Ecuador existen 2.337 compañías relacionadas a la actividad económica de alimentos y bebidas. Como se puede apreciar en la siguiente tabla existen 950 empresas en el Distrito Metropolitano de Quito, siendo el código I5610.01 el más participo (2020).

Tabla 2 Estado de empresas en el D.M Quito

ACTIVIDAD ECONÓMICA	DESCRIPCIÓN	NÚMERO DE COMPAÑÍAS	EQUIVALENTE NACIONAL
I5610.01	Restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	772	81%
I5610.02	Restaurantes de comida rápida, puestos de refrigerio y establecimientos que ofrecen comida para llevar, reparto de pizza, etcétera; heladerías, fuentes de soda, etcétera	151	16%
I5610.03	Preparación y suministro de comidas para su consumo inmediato de manera ambulante, mediante un vehículo motorizado o carro no motorizado, vendedores de helados en carros móviles, carritos ambulantes de comida incluye la preparación de comida en puestos de mercados	27	3%
TOTAL		950	100%

Adaptada de: (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2020).

El Servicios de Rentas Internas (SRI), indica que el número de contribuyentes activos a nivel nacional en las Actividades de Alojamiento y Servicios de Comida es de 103,614 hasta el mes de abril de 2020, aquí se encuentra el subgrupo de actividades de restaurantes de servicio móvil de comidas como el más importante al tener el 83.17%. En la provincia de Pichincha se encuentran activos 19,959 RUCS actualmente (2020), como se muestra a continuación:

Tabla 3 RUCS activos en la provincia de Pichincha

FAMILIA	SUBGRUPO	NÚMERO DE RUCS	EQUIVALENTE CANTONAL
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS	Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.	16,512	82.73%
	Actividades de servicio de bebidas.	1,613	8.08%
	Suministro de comidas por encargo y otras actividades de servicio de comidas.	1,834	9.19%
TOTAL		19,959	100%

Adaptada de: (Servicio de Rentas Internas, 2020).

Podemos decir entonces que existen suficientes PYMES y emprendimientos dedicados a la preparación de alimentos en los sectores urbanos del Distrito Metropolitano de Quito, a estas les puede parecer atractivo tener el apoyo para la comercialización de sus productos por medio de una aplicación móvil.

2.3. Amenaza de nuevos entrantes

La Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOT) establece dentro del artículo 24 numeral 17 la Neutralidad de la Red principio que se basa en dejar el camino libre para que las aplicaciones puedan ser usadas sin ningún tipo de restricción o limitación dentro de su red, es más aquí se establece que los equipos técnicos de cada proveedor tendrán que trabajar en posibles desperfectos con la finalidad de tener un funcionamiento adecuado de la red. Dentro de esta ley no se ponen restricciones o limitantes al momento de lanzar al mercado una nueva aplicación móvil. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015).

Es importante mencionar que Ecuador y especialmente en el Distrito Metropolitano de Quito, se observa un incremento en la tendencia de ofrecer servicios por medio de aplicaciones móviles; por ejemplo, en la distribución de productos y bienes, a través de Globo o Rappi; Uber que ofrece a las personas alternativas de transporte en la ciudad. Por lo cual, existe una alta disposición e interés, por parte de las empresas y negocios, de ofrecer e implementar variedades de servicios a través de aplicación móviles.

2.4. Amenaza de productos o servicios sustitutos

En la presente investigación y la propuesta de negocio, se establece anteriormente que ya existen en el mercado varias empresas que están enfocadas en realizar el mismo servicio en el Distrito Metropolitano de Quito, por esta razón esta investigación se enfocara en determinar la factibilidad de esta propuesta, así como también determinar la propuesta de valor que busca los consumidores, en esta ciudad se ha incrementado los servicios de comida preparada con sistema a domicilio generando de esta forma una mayor oferta en la comida, con expectativas positivas a futuro.

2.5. Rivalidad entre competidores

Como se mencionó previamente, en el Ecuador y especialmente en el Distrito Metropolitano de Quito, existen varias empresas extranjeras y nacionales dedicadas a dar el servicio de comercializar alimentos por medio de aplicaciones móviles. Las PYMES dedicadas a producir alimentos preparados han tenido que integrar a su servicio una aplicación móvil, y con la finalidad de alcanzar mayor participación en el mercado pueden llegar a tener más de una aplicación en sus establecimientos ya que éstas aumentan las ventas en un 15%. En la siguiente tabla podemos observar las aplicaciones más relevantes con la calificación que los usuarios a otorgado (La Hora, 2019).

Tabla 4 Calificación de aplicaciones móviles

Aplicación móvil	Calificación	Disponible en :
Domicilios.com	4,3/5	Play store / Apple store
Uber eats	4.2/5	Play store / Apple store
Glovo	3,5/5	Play store / Apple store
Menú express	2.5/5	Play store / Apple store
Delivery Ec	2.6/5	Play store / Apple store
Mandao	3,0/5	Play store / Apple store

Adaptado de (La Hora, 2019).

3. Análisis Interno

El análisis interno de la propuesta de negocio y aplicación móvil para comercializar alimentos preparados en el Distrito Metropolitano de Quito, se realiza por medio de la teoría de los recursos y capacidades. Según Suárez y Ibarra (2002) a través de esta teoría, los emprendimientos pueden presentar de una forma clara los recursos y capacidades, aquí se establece las posibilidades para satisfacer las necesidades y requerimientos del entorno donde aplica.

3.1. Recursos Tangibles

Con respecto a los recursos tangibles, se detallan a continuación los activos y elementos de esta índole, reconociendo que solo se requiere una pequeña oficina, donde se cuente con elementos para asegurar el funcionamiento y atención de la aplicación móvil.

Tabla 5 Recursos tangibles

Activos	Cantidad	Dimensión / característica	Función
Instalaciones	1	Oficina de 80 m2	Atención al cliente y departamento de tecnología
Equipos tecnológicos	3	Computadores de mesa	Desarrolladores y personal de atención al cliente
Mobiliario	3	Escritorios y mesa de recepción, como también elementos para la atención al cliente.	Garantizar el funcionamiento de la empresa

Elaboración propia

3.2. Recursos Intangibles

En los recursos intangibles, se tendrá los sistemas informáticos necesarios para garantizar el funcionamiento, mantenimiento y desarrollo de la aplicación móvil, así como la gestión del personal de la empresa.

Licencias de Sistema: con la finalidad de tener computadoras operativas adecuadamente se requiere obtener la licencia de Windows, y también el paquete completo de Microsoft Office, para realizar diferentes actividades propias de cada puesto de trabajo.

Programa de aplicaciones móviles: para desarrollar las aplicaciones móviles se dispondrá de programa o programas que permitan la gestión y mantenimiento esto estará sujeto a información del proveedor y creador de la plataforma.

3.3. Capacidades de Talento Humano

Dentro de las capacidades de talento humano se tendrá tres (3) áreas fundamentales dentro de la empresa las cuales se describen a continuación, todo esto con la finalidad de prestar un servicio óptimo y garantizar la operatividad la aplicación móvil.

Tabla 6 Capacidades de talento humano

Área	Características	Función Principal
Atención al cliente	Personal especializado en la atención al cliente	Recibir y solventar los requerimientos, problemáticas y necesidades de los usuarios o clientes
Comercial	Personal con habilidades comerciales	Prospectar, promocionar, y gestionar la cartera de clientes.
Tecnológico	Personal experto en programación, desarrollo de software y aplicaciones	Garantizar el funcionamiento y rendimiento adecuado de la plataforma.

Elaboración propia

3.4. Capacidades Organización

A continuación, se presenta las principales características y capacidades dentro de la propuesta de negocio:

Tabla 7 Capacidades de organización

Capacidad	Característica
Capital	Se cuenta con dos (2) socios o interesados en la propuesta y se dispondrá de crédito otorgado por una institución financiera.
Dirección	El personal encargado de la dirección de la propuesta de negocio y del funcionamiento de la aplicación móvil. Preparación y experiencia en la gestión de negocios relacionados con tecnológico.

Estructura	La empresa presentara una estructura vertical simple, conformada por los departamentos indispensable para el funcionamiento de la aplicación móvil y los servicios adscritos a esta.
Publicidad y promoción	Se usara varios medios de dar a conocer la marca y la aplicación móvil en Quito, estos medios serán de preferencia digitales, en donde se usara redes sociales y páginas web y se plantearan reuniones con los encargados, dueños y administradores de los establecimientos.

Elaboración propia

3.5. Análisis D.A.F.O

Con la finalidad de conocer las condiciones del entorno y describir las particularidades internas de la propuesta de negocio que permita comercializar alimentos temporales a través de una aplicación móvil en el Distrito Metropolitano de Quito, se realizó una matriz FODA.

Tabla 8 Análisis F.O.D.A

Fortalezas	Debilidades
Personal altamente capacitado y con conocimientos en servicios tecnológicos. Equipos y sistemas tecnológicos para el funcionamiento y mantenimiento de la aplicación móvil. Dirección comprometida y con conocimientos sobre servicios tecnológicos. Innovador sistema de distribución de productos	Tipo de servicio tecnológico no posicionado en las PYMES de Quito. Muchos competidores en el mercado, aplicaciones propias de los establecimientos y aplicaciones internacionales. Dependencia de proveedores para generar el servicio.
Oportunidades	Amenazas
Proliferación de dispositivos móviles o smartphones en los habitantes de la ciudad de Quito. Establecimientos y repartidores interesados en aplicaciones móviles. Incremento y avances en materia de tecnología de la información y comunicación (TIC). Políticas para promover los emprendimientos tecnológicos e innovadores.	Inestabilidad e incertidumbre en el panorama político del país. Panorama de contracción o estancamiento económico en el país. Altos índices de pobreza y desigualdad por parte de la población en la ciudad de Quito. Mala reputación de algunas aplicaciones móviles. Políticas, leyes, normativas cambiantes por pandemia COVID-19. Paralizaciones de diferentes sectores.

Elaboración propia

3.6. Análisis CAME

Con el objetivo de profundizar sobre los puntos establecidos en el DAFO, se realiza un análisis CAME, para establecer las acciones y estrategias que se deben emplear, de acuerdo con la fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Tabla 9 Análisis CAME

Estrategia Defensiva

- Garantizar los conocimientos, destrezas, capacidades y habilidades del personal técnico, administrativo de la empresa, a través de capacitaciones constantes, especialmente sobre los últimos avances en tecnologías, información, atención al usuario, vetas por medios digitales.
- Establecer una línea de calidad en los servicios, por medio de la evaluación constante de esta manera se garantiza la fidelización de los clientes, establecimientos y repartidores de la aplicación móvil.
- Actualizar la funcionalidad de la aplicación móvil, para los nuevos dispositivos móviles o smartphones en el mercado.
- Crear nuevos servicios relacionados a la comercialización de productos, por medio la aplicación móvil.

Estrategias de Reorientación

- Establecer campañas y promociones para incentivar el uso de servicios tecnológicos en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Contratar a personal especializado en creación y programación de aplicaciones web, para la actualización y mantenimiento de la plataforma.

Estrategias Ofensivas

- Establecer estrategias de posicionamiento en el mercado para ofrecer este tipo de servicios en la ciudad de Quito.
- Establecer portales de consulta, reclamos y asesoría en la aplicación móvil, para los usuarios, repartidores y establecimientos interesados en este tipo de servicios tecnológicos
- Establecer una infraestructura de servicio y atención única, en virtud de los avances tecnológicos.

Estrategias de Supervivencia

- Establecer una planificación estratégica, donde se comprendan acciones y mecanismos de prevención, para asegurar la estabilidad del negocio y aplicación ante escenarios políticos y económicos desfavorables.
- Establecer estrategias de promoción y publicidad, para posicionar la nueva aplicación en establecimientos, repartidores y clientes.

Elaboración: propia

3.7. Modelo CANVAS

El modelo CANVAS se lo usará para establecer y presentar las principales características de la propuesta de negocio relacionada a la aplicación móvil para la comercialización minorista de alimentos preparados en el Distrito Metropolitano de Quito.

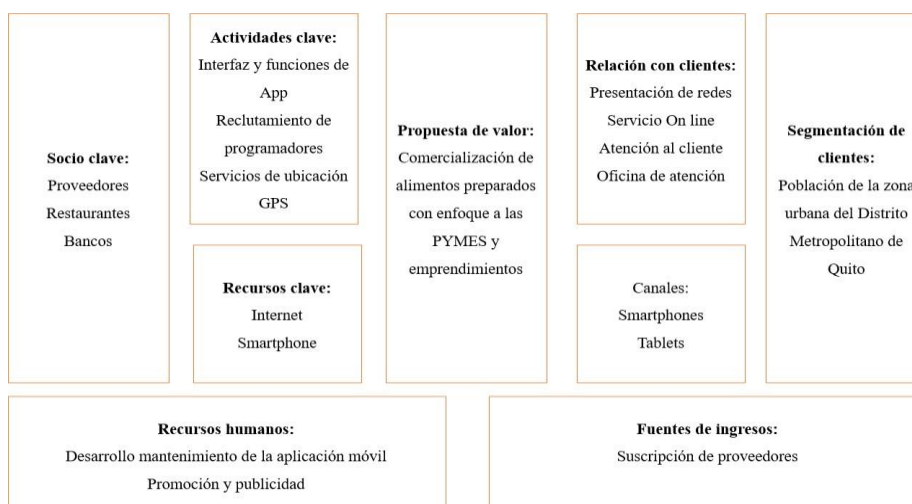


Figura 2 Modelo CANVAS de la propuesta

Elaboración propia

3.7.1. Objetivos Estratégicos

Dentro de los primeros cinco años luego de la puesta en marcha de la propuesta de negocio, se espera alcanzar los siguientes objetivos estratégicos:

- Posicionar a la aplicación por encima de otras aplicaciones en el mercado relacionadas a brindar servicios de comercialización minorista y temporal de alimentos preparados en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Fortalecer en la sociedad del Distrito Metropolitano de Quito, la tendencia en la solicitud alimentos preparados por medio de la aplicación móvil.
- Alcanzar un alto índice de fidelización de la aplicación móvil, por parte de los usuarios y establecimientos para finales de quinto periodo

3.7.2. Estrategia Empresarial

Los objetivos empresariales de la propuesta de negocio basada en una aplicación móvil para comercialización minorista y temporal de alimentos preparados en el Distrito Metropolitano de Quito.

- Posicionarse como líder en relación a otras marcas en el mercado de servicios de comercialización minorista y temporal de alimentos preparados en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Incrementar sustancialmente el número de clientes y establecimientos registrados a la aplicación móvil, para los servicios de comercialización minorista y temporal de alimentos preparados.
- Alcanzar un alto índice de fidelización por parte de los usuarios y establecimientos en la plataforma móvil.
- Garantizar coordinación, organización y control en los servicios que ofrece el negocio, y garantizar la satisfacción de los usuarios y establecimientos de la aplicación móvil.

CAPITULO II

Plan de Marketing

Las acciones y estrategias de marketing que se emprenderá dentro de la propuesta de negocio relacionada a la aplicación móvil para servicios de comercialización minorista y temporal de alimentos preparados en el Distrito Metropolitano de Quito.

1. Análisis de Potencial y Segmentación de Mercado

La estructura de la segmentación de mercado para la propuesta antes mencionada, estará conformada por los usuarios o personas que realicen pedidos de alimentos preparados por medio de aplicaciones móviles, dentro de esta segmentación también entraran restaurantes medianos y pequeños sin importar el tiempo que llevan en el mercado. La siguiente tabla muestra la descripción relacionada al segmento de mercado de los dos grupos.

Tabla 10. Segmentación de mercado

Segmentación	Variable	Usuarios	Establecimientos
Geográfica	País	Ecuador	Ecuador
	Provincia	Pichincha	Pichincha
	Ciudad	Quito	Quito
Demográfica	Edad	Entre 18 y 50 años	
	Género	Masculino y Femenino	
	Ocupación	Estudiante Trabajador	Actividad comercial relacionada a los alimentos preparados
	Nivel socioeconómico	Nivel A Nivel B Nivel C	
Conductual	Conducta servicios	Valoración por servicios y productos tecnológicos y digitales.	Buscan incrementar el volumen de ventas por medio de aplicaciones móviles.
Psicográfica	Capacidad	Necesidad de adquirir alimentos	Poseer un restaurante estructurado.
	Tecnología	Usan habitualmente smartphones con internet móvil	Usan habitualmente smartphones con internet móvil

Elaboración: propia

Con el objetivo de tener un mejor espectro de la propuesta de aplicación móvil se realizaron varias encuestas a ambos grupos que integran la segmentación de mercado, para de esta forma centrar sus opiniones sobre esta alternativa tecnológica para comercialización minorista y temporales de alimentos preparados.

Como se menciona en la tabla 4, se identificaron las aplicaciones más representativas en el Distrito Metropolitano de Quito; sin embargo, es relevante mencionar que existen aplicaciones propias de cada uno de los locales comerciales, estas no cuentan con mucha participación en el mercado. Por esta razón, se estableció la muestra para aplicar la respectiva encuesta a dichos grupos del segmento del mercado.

En la siguiente tabla, se detallan el significado de las variables, y los datos que corresponde para los grupos:

Tabla 11. Muestra de la investigación

Variable	Descripción	Usuarios	Establecimientos
N	Población	2.781.641	40
Z	Nivel de confianza	1,964	1,964
P	Probabilidad de éxito	0,50	0,50
Q	Probabilidad de fracaso	0,50	0,50
E	Margen de error	0,05	0,05
N	Muestra	68	25

Elaboración: propia

Se determinó una muestra de 68 personas y/o habitantes en el Distrito Metropolitano de Quito, y de 25 establecimientos especializados en la preparación de comida.

A continuación, se presentan e interpretan los resultados alcanzados por las encuestas, en los habitantes y establecimientos en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.1. Resultados sobre usuarios y/o habitantes

Al aplicar la encuesta a 68 personas los cuales son parte de la muestra de la investigación, se puede apreciar en la siguiente tabla los resultados alcanzados en cada una de las variables presentadas.

Tabla 12 Resultados de la encuesta de clientes

Variable	Respuesta	Distribución
Uso de servicio a domicilio	• Si	76,3%
	• No	23,7%

Medios que usa para realizar los pedidos	• Con aplicaciones del celular	57,8%
	• A través de la computadora	20%
	• Por teléfono del mismo local	13,3%
	• Por pedidos programados	6,7%
	• Otro	2,2%
Periodicidad de pedido	• Una vez al día	31,1%
	• Cada quince días	17,8%
	• De vez en cuando	13,13%
	• Una vez por semana	11,1%
	• Cada tres meses	8,9%
	• Una vez al año	8,9%
	• Una vez por mes	6,7%
• Cada semestre	2,2 %	
Nivel de satisfacción con la forma actual de realizar sus pedidos	• Excelente	38,6%
	• Muy bueno	31,8%
	• Bueno	27,35
	• Malo	2,3%
	• Muy malo	0%
Medios conoció la aplicación o el número telefónico que utiliza para hacer pedidos	• Facebook	64,4%
	• Google	13,3%
	• Otro medio	8,9%
	• Instagram	4,4%
	• Gmail	4,4%
	• YouTube	2,2%
	• Televisión	2,2%
Precio por cada pedido	• No pago nada	42,2%
	• Hasta usd1,5 por pedido	24,4%
	• Hasta usd2 por pedido	15,6%
	• Hasta usd1 por pedido	8,9%
	• Hasta usd2,5 por pedido	4,4%
	• Hasta usd3 por pedido	4,4%
Tiempo de entrega del pedido	• Menos de 20 minutos	33,3%
	• Menos de 45 minutos	22,2%
	• Menos de una hora	17,8%
	• Menos de 30 minutos	11,1%
	• Más de una hora	11,1%
	• A veces no llega	4,4%
Cobertura que tiene la aplicación	• Todos los que necesito	39,5%
	• Solo comercios locales	18,6%
	• Casi todos	16,3%
	• Solo de las grandes cadenas	14%
	• No llegan a mi barrio No abarcan los comercios informales	7% 4,7%
Productos consumidos	• Pollo	20%
	• Comida criolla	13,3%
	• Frutas y verduras	13,3%
	• Carne	11,1%
	• Rápida	11,1%
	• Mariscos	6,7%
	• Helados	6,7%

	<ul style="list-style-type: none"> • Ropa • Ferretería • Otro • Farmacia 	4,4% 4,4% 2,2%
Interés y disposición por los servicios de la aplicación móvil	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	95,6% 4,4%

Elaboración propia

Luego de tabuladas las encuestas se determinó que el 76,3% de encuestados utiliza alguna aplicación para pedir comida a domicilio, la cual es solicitada por medio del celular esto afirma el 57,8%, al considerar la frecuencia con la que usan esta aplicación el 31,1% indico que lo hacen una vez por día, el 38,6% califico a la aplicación como excelente.

El medio más conocido por donde los usuarios han conocido a las aplicaciones es Facebook con el 64,4% de encuestados, el 42,25% menciona que estas aplicaciones no le cobran ningún tipo de recargo de la entrega, y estas entregan tardan menos de 20 minutos en llegar, el producto más adquirido es pollo y actualmente las aplicaciones poseen una gran variedad de proveedores, sin embargo, el 95% de usuarios muestran apretura a tener nuevas y más amplias aplicaciones, con más proveedores, productos y con marcado diferenciador de servicio.

1.2. Resultados sobre establecimientos

En el Distrito Metropolitano de Quito, existen una gran variedad de PYMES enfocadas a la preparación de alimentos, a estos se los considera establecimientos, aquí se realizó las encuestas, se procedió a tabular los datos y el análisis se presenta a continuación.

Tabla 13 Resultados de la encuesta de establecimientos

Variable	Respuesta	Distribución
Disponibilidad de servicio a domicilio	• Si	68%
	• No	32%
Problemas con la entrega a domicilio	• He tenido problemas en las entregas	29.4%
	• Es muy costoso	23,5%
	• No cubre toda la ciudad	11,8%
	• Los repartidores no son serios	11,8%
	• No siempre están disponibles	11.8%
	• No confío en los repartidores	5.9%
	• No llega a tiempo	5,9%
	• No conocen la ciudad	0%

Interés en servicio a domicilio	• Si	75%
	• No	25%
Costo de recargo	• Si	83,3%
	• No	16,7%
Interés y disposición por los servicios de la aplicación móvil	• Si	66,7%
	• No	33,3%
Presupuesto publicidad	• No tengo presupuesto	4%
	• Entre 10 y 20 dólares	40%
	• Entre 21 y 30 dólares	44%
	• Mayor a 31 dólares	12%

Elaboración propia

Es importante recalcar que, en el Distrito Metropolitano de Quito, ya existen varias aplicaciones que prestan el servicio de comercialización de alimentos preparados, no obstante, existe el 32% de locales que no cuentan con este servicio, el 29,4% de las molestias que han tenido los establecimientos, que ya están trabajando bajo esta modalidad, se debe a problemas en las entregas y el 23,5% estima que este servicio es muy costoso.

Al analizar los problemas que tienen con los repartidores como el hecho de no cubrir toda la ciudad, no ser serios y no estar disponibles, se ha tenido una ponderación del 11,8% respectivamente; al mencionar otros problemas como la confianza y el no llegar a tiempo se obtuvo una ponderación del 5.9% en cada una.

Es relevante mencionar que el 75% de encuestados tienen interés en prestar el servicio a domicilio, el 83,35% está de acuerdo en que el recargo sea asumido por el cliente y 66,7% está expectante a este tipo de iniciativas.

Por lo mencionado anteriormente es necesario re plantear el modelo CANVAS de la propuesta, presentado en la figura 2, ya que la fuente de ingresos corresponderá exclusivamente a la comisión pagada por los usuarios. Por lo tanto, a continuación, se presenta el modelo CANVAS modificado.

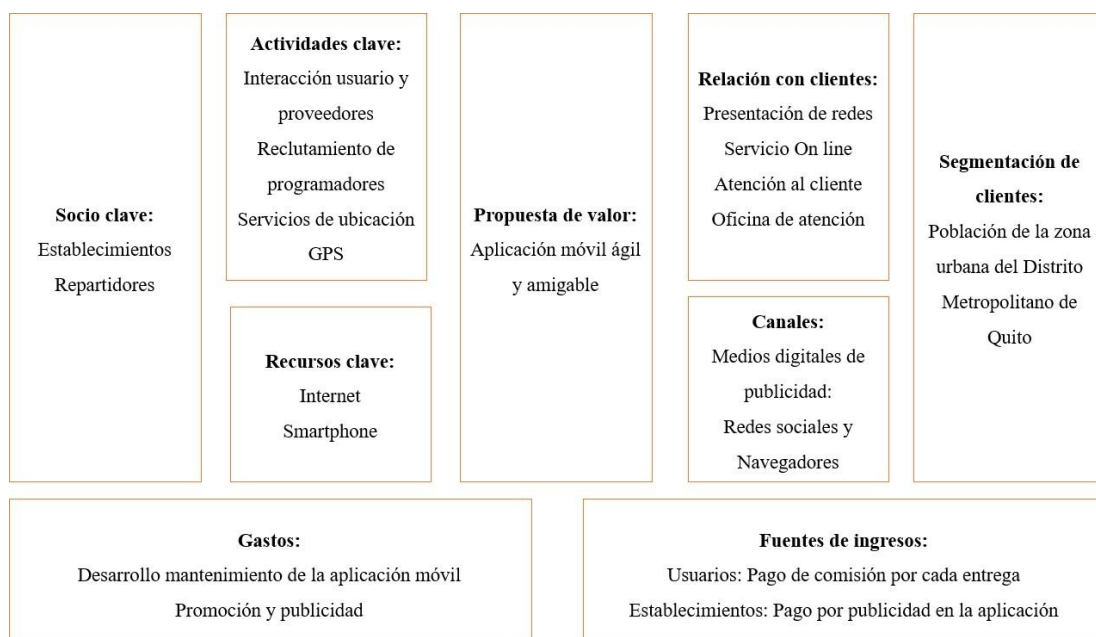


Figura 3 Modelo CANVAS modificado

Fuente: Elaboración Propia.

1.3. Servicio

En líneas generales el servicio que prestará la aplicación móvil consiste en ser un apoyo en la entrega a domicilio de alimentos preparados enfocado específicamente en establecimientos que se encuentren dentro de la clasificación de PYMES, en la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito, en este sentido los usuarios, establecimientos y repartidores dispondrán en su dispositivo móvil la aplicación, a esta tendrán acceso por medio de un usuario de fácil creación.

Dentro de la aplicación los establecimientos podrán ofertar una amplia gama de productos alimenticios, el usuario detallará el pedido a realizar, conocerá el valor a pagar, determinará la forma de pago y marcará su ubicación por medio de GPS, el repartidor más cercano al establecimiento recibirá la alerta de pedido en su dispositivo móvil y procederá con la entrega.

1.4. Precio

La descarga y suscripción a la aplicación será de forma gratuita para los usuarios, establecimientos y repartidores, el valor de recargo es de dos dólares y este será asumido por el usuario, este valor se descompone de la siguiente manera:

Tabla 14 Precio de entrega

VARIABLES	Porcentaje	Precio
Usuario (cancela)	100%	\$ 2,00
Repartidores (beneficio)	75%	\$1,50
Aplicación (beneficio)	25%	\$0,50

Elaboración propia

Es importante mencionar que el valor de recargo nace de las encuestas realizadas a los usuarios, por otro lado, en las encuestas realizadas a los establecimientos se pudo evidenciar que prefieren que este servicio sea cancelado por los usuarios, para no tener conflictos al momento de establecer el precio de venta al público de cada uno de sus productos.

Por otro lado, los establecimientos podrán promocionar sus productos las veces que ellos crean necesarias estas promociones dentro de la aplicación móvil tendrán un valor como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 15 Precio publicidad en aplicación

Publicidad pre contratada	Precio	Descuento
Publicidad x día	\$ 5,00	
Publicidad x 3 días	\$ 15,00	
Publicidad x 3 días 2 veces al mes	\$ 27,00	10%
Publicidad x 3 días 4 veces al mes	\$ 51,00	15%

Elaboración propia

1.5. Distribución

Con respecto a la distribución de la aplicación móvil para la comercialización de alimentos preparados esta estará disponible en las plataformas oficiales de distribución de App en los sistemas operativos de Android y IOS, que serían la Google Play y App Store respectivamente. Los usuarios, establecimientos y repartidores deben emplear el buscador en dichas plataformas digitales, para instalar la aplicación móvil en sus respectivos smartphones y Tablet.

1.6. Promoción

Las estrategias que se usaran para dar a conocer los servicios y características de la propuesta de negocio relacionada a la aplicación móvil para comercializar alimentos preparados se describen a continuación:

- **Página web:** Se creará y diseñará una página web, donde se presente información y contenido relacionado a las características de la aplicación móvil, se direccionará a un asesor virtual que brinde soporte en línea al visitante.
- **Publicidad:** Para publicitar los servicios de la aplicación móvil se utilizarán principalmente los medios convencionales e innovadores, asociados principalmente con el internet por esta razón, se contratarán los servicios de empresas tecnológicas, especializadas en posicionar información y páginas web en diferentes buscadores y plataformas virtuales.
- **Redes Sociales:** hoy en día las redes sociales son las plataformas digitales más utilizadas y visitadas, por esta razón se creará usuarios oficiales de la marca para luego publicar información sobre los servicios de la aplicación móvil aquí existirá un espacio para atender los requerimientos de los usuarios y/o personas.
- **Visitas:** Se agendarán visitas a los negocios PYMES, especializados en preparar algún tipo de alimento en la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito, estas reuniones tendrán el objetivo de presentar las bondades de la aplicación móvil, y como esta puede ser explotada para incrementar sustancialmente las ventas.

CAPITULO III

Plan de Operaciones

1. Localización de la matriz

Dentro del Distrito Metropolitano de Quito, se analizó diferentes barrios situados en el centro norte de la capital aquí el acceso a medios de transporte, la cercanía a zonas residenciales, precios de arrendamiento y condición de la infraestructura fueron variables que determinaron en elegir el mejor lugar donde se ubicara la matriz de la empresa.

Los barrios que se analizaron fueron: La Mariscal, Iñaquito y Mariana de Jesús, todos estos situados en la zona céntrica del Distrito Metropolitano de Quito, sin embargo, se estableció que el mejor lugar para establecer la oficina matriz es en la Avenida Cristóbal Colón y Avenida Amazonas.



Figura 4 Localización de la matriz

Fuente: Google maps (2020)

2. Prestación del Servicio

Para el proceso de prestación del servicio se establece un diagrama de proceso (ver anexo 4), en donde se detallan las actividades que conforman la prestación del servicio para la comercialización de alimentos en la parroquia urbana de Quito, por medio de la aplicación móvil. Este proceso se establece desde la perspectiva de la plataforma, aquí intervienen los cuatro actores principales que son:

- El administrador de la aplicación,
- El establecimiento,
- El repartidor
- El cliente final

3. Procesos Comerciales

Dentro del proceso comercial se plantea las actividades que realiza el usuario, el administrador de la aplicación móvil, repartidor y establecimientos, como se muestra en el anexo 4, el flujo empieza con la solicitud de los alimentos por parte del usuario y termina con la entrega del pedido en el domicilio del usuario.

Dentro del flujo se establecen tres (3) registros, que servirán para llevar el control de los pedidos, de las entregas y cumplir con el requisito legal de emitir facturas. Es importante mencionar que los pagos realizados con tarjeta de crédito o débito serán responsabilidad del administrador de la aplicación móvil y cada día lunes se realizarán las transferencias bancarias a establecimientos como pago por los pedidos enviados, por el lado de los repartidores se realizará el cruce de cuentas entre el efectivo cobrado y pedidos entregados, de esta forma dependiendo el saldo se realizara una transferencia bancaria o el repartidor realizara un depósito por la diferencia.

Plan Organizativo y de Recursos Humanos

Dentro de esta sección se detalla la estructura legal, organizativa y de recursos humano de la empresa, considerando las características propias de la aplicación móvil para comercializar alimentos preparados en la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito.

1. Constitución de la Sociedad

Por la naturaleza de la empresa, se considera que la figura jurídica más apropiada es de compañía de responsabilidad limitada, “es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva” (Congreso Nacional, 1999).

2. Organigrama

Al tratarse de una empresa de reciente creación se establece una estructura organizacional vertical simple, la cual está acorde con los objetivos de la propuesta de negocio y las características funcionales de la aplicación móvil para comercializar alimentos preparados, con las unidades funcionales indispensable para garantizar la funcionalidad del negocio y del servicio tecnológico.

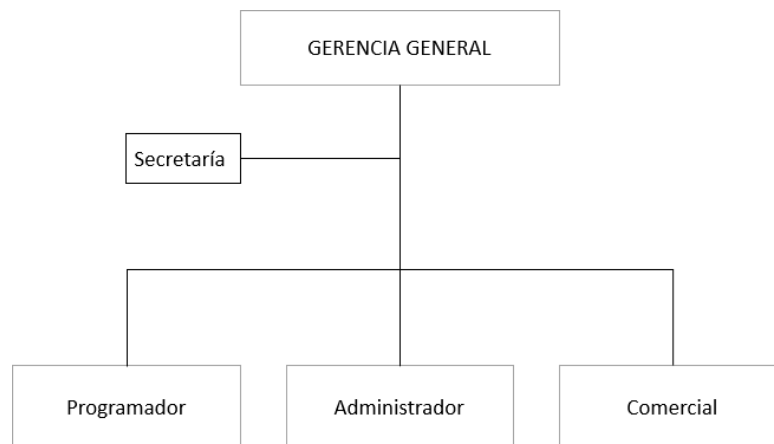


Figura 5 Estructura organizacional

Elaboración propia

3. Puestos de Trabajo

Una vez establecido la estructura organizacional, de la propuesta de negocio sobre servicios tecnológicos para comercializar alimentos preparados, por medio de una aplicación móvil, a continuación, se describen los puestos y/o unidades funcionales que conforman la empresa:

Tabla 16 Perfil de la Gerencia General

Cargo	Gerente General
Formación	<ul style="list-style-type: none"> - Administración de Empresas o afines - Tecnología en la información y comunicación
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> - 10 años de experiencia en administración y dirección de proyectos tecnológicos y posicionamiento de marca
Idioma	<ul style="list-style-type: none"> - Español - Ingles
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección y liderazgo en proyectos tecnológicos - Administración de servicios tecnológicos - Identificación y análisis de problemas - Planeación estratégica - Conocimientos en servicios de delivery - Negociación, cierre de ventas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Definir objetivos y estrategias para la propuesta de emprendimiento para servicios de comercialización de alimentos. - Direccionar, controlar y supervisar las actividades y servicios de comercialización de alimentos. - Certificar y garantizar el correcto funcionamiento del servicio de comercialización de alimentos preparados. - Controlar y certificar el desempeño comercial de la plataforma en el mercado actual de la aplicación móvil. - Verificar y certificar el desempeño de los departamentos de la empresa.

Elaboración propia

Tabla 17 Perfil de Secretaria

Cargo	Secretaria
Formación	<ul style="list-style-type: none"> - Administración de Empresas (afines)
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> - 6 meses atención al cliente
Idioma	<ul style="list-style-type: none"> - Español

Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos administrativos - Comunicación y relaciones - Conocimientos en servicios tecnológicos - Comercialización y presentación de servicios - Creatividad e innovación - Solución de problemas - Manejo de canales digitales - Redacción
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar informes sobre rendimiento del negocio para la Gerencia General - Recibir y solventar los requerimientos y dudas de los clientes y/o usuarios de la aplicación móvil. - Recibir llamadas de clientes y/o usuarios sobre problemas de función de la aplicación móvil. - Recibir a clientes, usuarios, repartidores, representantes de los establecimientos y colaboradores en la oficina del negocio, para atender sus solicitudes, reclamos, quejas, información en general. - Realizar informes periódicos de la plataforma

Elaboración propia

Tabla 18 Perfil de Programador

Cargo	Programador
Formación	- Ingeniería en Sistemas o Tecnología
Experiencia	- 6 años de experiencia en el desarrollo de proyectos tecnológicos y aplicaciones móviles
Idioma	<ul style="list-style-type: none"> - Español - Inglés
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de aplicaciones móviles - Conocimientos en servicios tecnológicos y digitales - Pensamiento analítico - Fundamentos de programación - Fundamentos en Sistemas Android y IOS - Creatividad e innovación - Adaptabilidad
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar y crear el sistema de la aplicación móvil propuesta para servicios de comercializar alimentos preparados - Establecer los elementos y componentes de la aplicación móvil. - Diseñar y gestionar el interfaz de la aplicación móvil propuesta.

- Brindar soporte, mantenimiento y actualización al sistema de la aplicación móvil.
- Solventar errores de sistema que presente el interfaz de la aplicación móvil.
- Configurar las opciones de servicios de la aplicación móvil para los servicios ofertados

Elaboración propia

Tabla 19 Perfil de Administrador

Cargo	Administrador
Formación	<ul style="list-style-type: none"> - Administración de empresas - Marketing (afines)
Experiencia	- 3 años de experiencia en control administrativo y financiero de empresas tecnológicas
Idioma	<ul style="list-style-type: none"> - Español - Inglés
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en administración y finanzas - Normas Internacionales Financieras - Normas Internacionales Contabilidad - Gestión bancaria y económica - Gestión en obligaciones tributarias
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar, organizar y controlar las actividades administrativas y financieras de la empresa - Recibir y atender a los clientes o establecimientos que ingresen a la oficina de la empresa. - Certificar el cumplimiento de las responsabilidades contables y financieras de la empresa - Certificar que las actividades y transacciones económicas, por los servicios de comercialización de alimentos. - Elaborar y certificar el reporte de comisiones por servicios de comercialización de alimentos por medio de la aplicación móvil. Prospectar nuevos mercados que podrían estar interesados en la aplicación móvil

Elaboración propia

Tabla 20 Perfil de Comercial

Cargo	Comercial
Formación	<ul style="list-style-type: none"> - Economía y Finanzas - Marketing (afines)
Experiencia	- 3 años de experiencia en comercialización de productos tecnológicos

Idioma	<ul style="list-style-type: none"> - Español - Ingles
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en marketing digital - Conocimientos en comercialización de servicios tecnológicos - Conocimientos en presentación de aplicaciones móviles - Innovación y creatividad - Comunicación - Atención al cliente
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Controlar y gestionar las actividades asociadas con la comercialización y promoción de los servicios de la aplicación móvil. - Establecer y realizar las estrategias de marketing para la propuesta de negocio y la aplicación móvil - Controlar y gestionar la página web y las redes sociales de la marca de la propuesta de negocio - Prospeccionar nuevos mercados que podrían estar interesados en la aplicación móvil

Elaboración propia

4. Política de Recursos Humanos

Con la finalidad de posicionar a la organización en el mercado con una marcada diferencia competitiva la propuesta principal es de establecer un plan de capacitación y formación del personal, con el objetivo de garantizar que disponga de los conocimientos y competencias que se requieren para el desempeño óptimo y eficientes de sus puestos de esta manera serán un aporte valioso en el cumplimiento de los objetivos organizacionales, y que aseguren el funcionamiento de la aplicación móvil.

Para los procesos propios de talento humano se establecerá políticas y manuales para la selección, reclutamiento e inducción de personal en donde los perfiles captados sean profesionales acordes a la misión y visión organizacional, sin dejar de lado su formación experiencia y habilidades adquiridas previamente. De acuerdo a los perfiles presentados anteriormente todas las personas contratadas deberán tener conocimientos y experiencia relacionada a empresas de servicios tecnologías y aplicaciones móviles. Dentro del proceso de reclutamiento se llevarán a cabo evaluaciones psicométricas, por medio de una licencia anual, adicional el Gerente General realizará entrevistas y evaluaciones propias de cada cargo.

CAPITULO IV

Plan Financiero

EL análisis en este capítulo, se centra la información económica y financiera asociada con la propuesta de negocio relacionada a la aplicación móvil para la comercialización de productos preparados en la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito, además se realiza la evaluación para determinar su rentabilidad con el paso de los años y su viabilidad en el mercado actual.

1. Plan de Inversión Inicial

Para poder determinar el plan de inversión inicial de la propuesta de negocio, es necesario detallar todos los activos necesarios para iniciar operaciones.

Tabla 21 Activos propuesta de negocio

Muebles y Enseres de Oficina				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor	
			Unidad	Total
Escritorios en L	Unidad	2	120,00	240,00
Escritorios ejecutivos	Unidad	1	170,00	170,00
Sillas oficina	Unidad	4	95,00	380,00
Sillas ejecutivas	Unidad	3	105,00	315,00
Archivadores	Unidad	4	55,00	220,00
Muebles de espera	Unidad	2	210,00	420,00
TOTAL				1.745,00
Equipos Tecnológicos				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor	
			Unidad	Total
Computador portatil / Laptop	Unidad	1	550,00	550,00
Computador de escritorio / Desktop	Unidad	2	410,00	820,00
Impresora multifunciones	Unidad	1	220,00	220,00
Router	Unidad	1	32,00	32,00
Servidor	Unidad	1	425,00	425,00
Intangibles				
Licencia Windows 10	Unidad	3	160,00	480,00
Licencia Microsoft Office 2016	Unidad	3	280,00	840,00
SQL Server	Unidad	1	32,00	32,00
TOTAL				3.399,00
Equipos de Oficina				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor	
			Unidad	Total
Teléfono	Unidad	2	30,00	60,00
TOTAL				60,00

Elaboración propia

Para la puesta en marcha de la propuesta de negocio se determinó que por concepto de activo fijos se requiere alrededor de US\$ 5.204,00, aquí se contemplan los muebles y enseres de oficina, equipos tecnológicos con las licencias necesarias todo esto para poder iniciar funciones de forma correcta.

A continuación, se detalla los activos intangibles, asociados a parámetros legales que son indispensables para la constitución y funcionamiento de la empresa en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 22 Activos intangibles legales

Activos Intangibles Legales	
Concepto	Valor
Solicitud de inscripción	\$ 9,15
Constitución de la empresa sociedad anónima	\$ 800,00
Registro de empresa registro mercantil	\$ 400,00
Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas LUAE	\$ 100,00
Permiso del Ministerio de Salud	\$ 45,00
Honorarios abogados	\$ 600,00
TOTAL	\$ 1.954,15

Elaboración propia

El valor económico necesario para cumplir con los parámetros legales en el Distrito Metropolitano de Quito, para que el plan negocio y la aplicación móvil pueda iniciar operaciones es de \$1954,15.

En la siguiente tabla se detalla el capital de trabajo necesario para operar los tres (3) primeros meses el valor asciende a \$14.525,50; esto sumado al activo corriente y no corriente el resultado refleja el total de inversión necesario y su valor es de \$21.683, 65; monto necesario para iniciar actividades con la propuesta de negocio presentada y de esta manera garantizar los servicios tecnológicos asociados a la aplicación móvil para comerciar alimentos preparado en la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito.

Se puede observar que el 67% de la inversión inicial se relaciona al capital de trabajo y el 33% de la inversión está dirigida al activo no corriente.

Tabla 23 Inversión inicial

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 7.158,15
Muebles y Enseres de Oficina	\$ 1.745,00

Equipos Tecnológicos	\$	3.399,00
Equipos de Oficina	\$	60,00
Activos Intangibles Legales	\$	1.954,15
ACTIVO CORRIENTE	\$	14.525,50
Capital de trabajo	\$	14.525,50
TOTAL	\$	21.683,65

Elaboración propia

2. Plan de Financiación

Una vez establecido el valor de inversión inicial, se establece el aporte de los socios cuyo aporte es del 30% del valor requerido, para la diferencia se buscará financiamiento en una institución financiera bajo esta concepción el plan de financiamiento estará conformado de la siguiente manera.

Tabla 24 Estructura del financiamiento

Estructura del Financiamiento		
Descripción	Valor	Porcentaje
Socios	\$ 6.505,09	30%
Crédito Emprendimiento	\$ 15.178,55	70%
Inversión inicial	\$ 21.683,65	100%

Elaboración propia

El crédito que se solicitara es de \$ 15.178,55; el cual estará sujeto a la tasa de interés del 11,83%, con un plazo de 48 meses (4 años), en este sentido se establecieron los siguientes costos de financiamiento para la propuesta de negocio y la puesta en marcha de la aplicación móvil.

Tabla 25 Costo financiero

Costo financiero				
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Pago interés anual	\$ 1.628,30	\$ 1.234,39	\$ 791,27	\$ 292,79
Amortización de capital anual	\$ 3.153,03	\$ 3.546,94	\$ 3.990,05	\$ 4.488,53

Elaboración propia

3. Previsión de Ventas y Costos

Se realizó la proyección de las ventas y costos de los cuatro primeros años, de funcionamiento de la aplicación móvil para comercializar alimentos preparados en la parroquia urbana del Distrito Metropolitano de Quito.

Considerando que la competencia tiene un promedio de 1600 establecimientos y 2000 repartidores (Carvajal, 2020), esto sumado a que los repartidores generan entre \$20 y \$30 diarios, además, por cada entrega reciben \$3 y el tiempo de trabajo es de 12 horas, se puede afirmar entonces que las aplicaciones son una buena fuente para generar ingresos de manera independiente (El Telégrafo, 2019), en relación a la cantidad de entregas diarias Serrano (2018) menciona que los repartidores hacen 40 entregas diarias, y que el uso de aplicaciones móviles ha crecido en 16% anual.

La propuesta de negocio esta direccionada específicamente a las PYMES, con los datos obtenidos en las encuestas realizadas en el presente estudio y la investigación realizada, se determinó como una expectativa que la propuesta iniciara sus operaciones en el primer año con 30 repartidores y 20 establecimientos los cuales realicen 10 entregas diarias.

Se plantea un crecimiento anual del 16%, haciendo los esfuerzos necesarios para captar más repartidores, considerando que esta propuesta no está direccionada únicamente a motorizados, también puede atraer la atención de bicicletas y autos, la aplicación móvil buscará posicionarse en el mercado en el primer año por esta razón se prevé que fácilmente podría llegar a muchos más establecimientos y de forma exponencial y generar más entregas.

Tabla 26 Detalle de ingresos entrega

Detalle de ingresos				
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Valor de envío	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Comisión por envío	25%	25%	25%	25%
Neto por envío	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50
Número de repartidores	30	35	40	47
Número de entregas por repartidor	10	10	10	10
Número de entregas al día	300	350	404	468
Número de entregas al mes	9000	10500	12110,4	14048
Comisión de entregas al mes	\$ 4.500,00	\$ 5.250,00	\$ 6.055,20	\$ 7.024,03
Ingreso neto al año	\$ 54.000,00	\$ 63.000,00	\$ 72.662,40	\$ 84.288,38

Elaboración propia

El segundo ingreso que se propone es el generado por la publicidad de cada uno de los establecimientos cancela, a continuación, se presenta el precio que tendrá cada uno de los servicios, de acuerdo al número de días que el establecimiento contrate, también se propone un porcentaje de descuento inversamente proporcional a número de días contratados, es decir, entre más días contrate el servicio mayor será el descuento.

Tabla 27 Precio por publicidad- establecimiento

PRECIO POR PUBLICIDAD- ESTABLECIMIENTO		
Publicidad pre contratada	Precio	Descuento
Publicidad x día	\$ 5,00	0%
Publicidad x 3 días 1 vez al mes	\$ 15,00	0%
Publicidad x 3 días 2 veces al mes	\$ 27,00	10%
Publicidad x 3 días 4 veces al mes	\$ 51,00	15%

Elaboración propia

El ingreso planteado, se lo proyecto en base a la encuesta realizada, este ingreso tiene un crecimiento del 16% entre cada año, como se presenta a continuación:

Tabla 28 Ingreso por publicidad

INGRESO POR PUBLICIDAD				
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Publicidad x día	\$ 10,00	\$ 11,60	\$ 13,46	\$ 15,61
Publicidad x 3 días 1 vez al mes	\$ 300,00	\$ 348,00	\$ 403,68	\$ 468,27
Publicidad x 3 días 2 veces al mes	\$ 594,00	\$ 689,04	\$ 799,29	\$ 927,17
Publicidad x 3 días 4 veces al mes	\$ 162,00	\$ 354,96	\$ 411,75	\$ 477,63
# de Establecimientos	50	58	67	78
Comisión por mes	\$ 1.066,00	\$ 1.403,60	\$ 1.628,18	\$ 1.888,68
INGRESO NETO POR AÑO	\$ 12.792,00	\$ 16.843,20	\$ 19.538,11	\$ 22.664,21

Elaboración propia

Se estima que, en el primer año, la propuesta de negocio de la aplicación móvil de comercialización de alimentos preparados en la parroquia urbana del Distrito Metropolitano de Quito, alcance ingresos que oscilan en los \$66.792, esto por concepto de entregas a domicilio y la publicidad en la plataforma; alcanzando en el cuarto año un ingreso neto total de \$106.951,59.

Tabla 29 Detalle de ingresos

Detalle de ingresos				
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ingreso por entrega	\$ 54.000,00	\$ 63.000,00	\$ 72.662,40	\$ 84.288,38
ingreso por publicidad	\$ 12.792,00	\$ 16.843,20	\$ 19.538,11	\$ 22.664,21
Ingreso neto al año	\$ 66.792,00	\$ 79.843,20	\$ 92.200,51	\$ 106.952,59

Elaboración propia

4. Previsión de Costos y Gastos

Con respecto a los costos y gastos asociados con la propuesta de negocio, primero se detallan los sueldos y salarios que corresponde al personal que conformará los departamentos funcionales de la organización, en los dos primeros años, considerando los beneficios y contribuciones establecidos por legislación ecuatoriana. (Ver anexo 5). Mientras que los costos fijos y gastos asociados con la propuesta de negocio, se encuentran en el anexo 6.

Es importante recalcar, que al inicio de la propuesta de negocio se contratará a una empresa o especialista en desarrollo y programación de aplicaciones móviles, esto con el objetivo de diseñar y crear la plataforma propuesta, en base a las características y funcionalidades básicas requeridas para iniciar operaciones, este rubro se lo detalla como gasto servicios de terceros, luego de esto el personal de la organización realizara las modificaciones, actualizaciones y mantenimientos de la aplicación móvil .

En la siguiente tabla, se realiza el pronóstico de los costos y gastos de la propuesta de negocio en los dos primeros años.

Tabla 30 Pronóstico de costos y gastos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Costos Variable				
Mano de Obra	8.496,48	9.089,96	9.123,60	9.157,39
Subtotal	8.496,48	9.089,96	9.123,60	9.157,39
Costos Fijos				
Sueldos y salarios	31.383,48	33.567,34	33.691,54	33.816,22

Servicios de Terceros	780,00	-	-	-
Gastos de arriendo	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Gastos servicios básicos	3.324,00	3.336,30	3.348,64	3.360,99
Gasto suministros de oficina	1.605,00	1.610,94	1.616,90	1.622,88
Gastos de publicidad	9.720,00	9.755,96	9.792,06	9.828,29
Depreciaciones	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00
Amortizaciones	488,54	488,54	488,54	488,54
Subtotal fijo	52.395,02	53.853,08	54.031,68	61.055,80
TOTAL	60.891,50	62.943,04	63.155,28	71.365,46

Elaboración propia

5. Balance de Pérdidas y Ganancias Provisional

A partir de los pronósticos de ingresos y egresos asociado con la propuesta de negocio y el servicio tecnológico que brindará la aplicación móvil, se detalla el balance de pérdidas y ganancias en los primeros años de actividad comercial.

Tabla 31 Estado de resultados esperado

Estado de Resultados Esperado				
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ingresos	66792,00	79483,20	92200,51	106952,59
Ingresos por ventas	66792,00	79483,20	92200,51	106952,59
Costos Variables	8496,48	9089,96	9123,60	9157,39
Mano de Obra	8496,48	9089,96	9123,60	9157,39
Utilidad Bruta	58295,52	70393,24	83076,92	97795,20
Costos Fijos	52395,02	53853,08	54031,68	53077,92
Sueldos y salarios	31383,48	33567,34	33691,54	33816,22
Gastos de arriendo	3600,00	3600,00	3600,00	3600,00
Gasto servicios de terceros	780,00	-	-	-
Gastos servicios básicos	3324,00	3336,30	3348,64	3360,99
Gasto suministros de oficina	1605,00	1610,94	1616,90	1622,88
Gastos de publicidad	9720,00	9755,96	9792,06	9828,29
Depreciaciones	1494,00	1494,00	1494,00	361,00
Amortizaciones	488,54	488,54	488,54	488,54
Utilidad Operativa	5900,50	16540,16	29045,24	44717,28
Pago de capital financiamiento				
Gasto financiero	1.628,30	1.234,39	791,27	292,79

Utilidad antes Impuesto Renta	4.272,21	15.305,77	28.253,96	44.424,49
Participación Laboral (15%)	640,83	2.295,87	4.238,09	6.663,67
Utilidad antes Participación Laboral	3.631,38	13.009,90	24.015,87	37.760,81
Impuesto a la renta (22%)	798,90	2.862,18	5.283,49	8.307,38
Utilidad del ejercicio	2.832,47	10.147,73	18.732,38	29.453,43

Elaboración propia

6. Balance de Situación Provisional

A continuación, se plantea el balance general, el cual presenta el escenario financiero de la propuesta de negocio, y su crecimiento en los próximos dos años, a partir del funcionamiento de la aplicación móvil.

Tabla 32 Balance general

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVOS					
Activo No Corriente	7158,15	5175,61	3193,08	1210,54	361,00
Activos intangibles	1954,15	1954,15	1465,61	977,08	488,54
(-) Amortización acumulada	0,00	488,54	488,54	488,54	488,54
Propiedad, planta y equipo	5204,00	3710,00	2216,00	722,00	361,00
Muebles y Enseres de Oficina	1745,00	1745,00	1396,00	1047,00	698,00
Equipos Tecnológicos	3399,00	3399,00	2266,00	1133,00	0,00
Equipos de Oficina	60,00	60,00	48,00	36,00	24,00
(-) Dep. acumulada activos	0,00	1494,00	1494,00	1494,00	361,00
Activo Corriente	14525,50	19255,51	31163,24	51808,52	82573,95
Efectivo	14525,50	19255,51	31163,24	51808,52	82573,95
TOTAL ACTIVOS	21683,65	24431,12	34356,31	53019,06	82934,95
PATRIMONIO					
Capital social	6505,09	6505,09	9337,57	19485,29	38217,67
Utilidades retenidas	0,00	2832,47	10147,73	18732,38	29453,43
TOTAL PATRIMONIO	6505,09	9337,57	19485,29	38217,67	67671,11
PASIVOS					
Pasivos No Corrientes	15178,55	12025,52	8478,59	4488,53	0,00
Obligaciones financieras a largo plazo	15178,55	12025,52	8478,59	4488,53	0,00
Pasivos Corrientes		3068,03	6392,43	10312,86	15263,85
Participación a trabajadores x pagar		640,83	2295,87	4238,09	6663,67
Impto. a la renta x pagar		798,90	2862,18	5283,49	8307,38
Intereses por pagar		1628,30	1234,39	791,27	292,79
TOTAL PASIVOS	15178,55	15093,55	14871,02	14801,39	15263,85
TOTAL PAT. Y PAS.	21683,65	24431,12	34356,31	53019,06	82934,95

Elaboración propia

7. Análisis Económico-Financiero

El análisis económico y financiero de la propuesta de negocio relacionado a la aplicación móvil que permita comercializar alimentos preparados, está centrado en el cálculo de Valor Actual Neto- VAN y la Tasa Interna de Retorno- TIR, con el objetivo de evidenciar la rentabilidad de la propuesta.

Para realizar estos cálculos es necesario determinar la tasa de descuento, esto a través de la fórmula de la tasa mínima aceptada de rendimiento.

$$TMAR = -0,26 + 30,14 + (-0,26 * 30,14) = 29,80$$

Se establece que la tasa de descuento es del 29,80%, esto es debido a las actuales condiciones que soporta el mundo al pasar por la pandemia causada por la COVID-19, sumado al panorama económico y político poco alentador que presenta Ecuador.

7.1. Valor Actual Neto – VAN

Para realizar este análisis fue necesario realizar el cálculo del flujo de caja de los 4 primeros años, y con el valor de la tasa de descuento se actualizaron los beneficios financieros percibidos, como se muestra a continuación:

Tabla 33 Valor Actual Neto- VAN

Flujos Actualizados				
Tasa Descuento	29,80%			
Año	FN	FA	FNA	FNAA
0	\$-21.683,65	1,00	\$-21.683,65	-21.683,65
1	1.661,98	0,77	\$ 1.280,42	-20.403,23
2	8.583,33	0,59	\$ 5.094,55	-15.308,68
3	16.724,86	0,46	\$ 7.647,83	-7.660,84
4	40.700,94	0,35	\$ 14.338,56	6.677,72
TOTAL			\$ 6677,72	

Elaboración propia

Se identificó que la utilidad financiera, que brinda la propuesta de aplicación móvil, a partir del cuarto año es de \$ 6.677,72; esto luego de haber compensado la inversión inicial.

7.2. Tasa Interna de Retorno- TIR

Para el análisis de la Tasa Interna de Retorno, se usó los flujos de los cuatro primeros años de funcionamiento de la propuesta de aplicación móvil, y se determinó la siguiente tasa:

Tabla 34 Tasa Interna de Retorno

TIR	
Año	FN
0	-21683,65
1	1661,98
2	8583,33
3	16724,86
4	40700,94
TIR	41,16%

Elaboración propia

La Tasa Interna de Retorno- TIR para la propuesta de aplicación móvil es de 41,16%, esta es superior a la tasa de descuento calculada que es del 29,80%, esto evidencia una rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto.

7.3. Recuperación de inversión

Para soportar el análisis económico y financiero de la propuesta de negocio, se determinó el tiempo que se requiere para recuperar el total de la inversión inicial realizada, destacando en la siguiente tabla.

Tabla 35 Recuperación de la inversión

Recuperación de Inversión	
Descripción	Valor
Año anterior inmediato	3,00

Inversión inicial	21.683,65
Suma de lo flujos de efectivo anteriores	14.022,81
Flujo efectivo del año en que se satisface la inversión	14.338,56
Periodo de Recuperación	3,53

Elaboración propia

Considerado que la inversión inicial para la propuesta de negocio es de \$21.683,65; para recuperar este valor se requiere de tres (3) años, seis (6) meses y doce (12) días, de operatividad brindando los servicios tecnológicos en la aplicación móvil, para comerciales productos en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPITULO V

Análisis y conclusiones

Durante el desarrollo de la presente investigación, se pudo analizar aspectos externos, generales y específicos relacionados a la propuesta de una aplicación móvil, para facilitar la comercialización minorista y temporales de alimentos preparados en los sectores urbanos del Distrito Metropolitano de Quito; presentando a Ecuador como un país donde se da mucho apoyo al emprendedor por medio de la ley de emprendimiento, sin embargo en las actuales condiciones provocadas por la pandemia de la COVID-19, las autoridades no han presentado propuestas claras para reactivar la economía y el FMI ha establecido decrecimiento en la económica ecuatoriana.

Se identificó que existen una alta demanda de servicios que permitan comercializar alimentos preparados por medio de aplicaciones móviles en el Distrito Metropolitano de Quito, actualmente existen una gran variedad de empresas que ofrecen el servicio de comercializar productos y muchos establecimientos han desarrollado aplicaciones móviles propias, los establecimientos dedicados a preparar alimentos plantean que las características más importantes que debe cumplir la propuesta de aplicación móvil para comercializar productos preparados en la parroquia urbana del Distrito Metropolitano de Quito, es que la aplicación móvil sea amigable y ágil, los repartidores deben ser serios, cumplir con las entregas en el menor tiempo posible garantizando el estado y la presentación de los alimentos, la descarga de la aplicación será gratuita para los usuarios, repartidores y establecimientos, el valor del envío será cubierto por el usuario final, este será de \$2,00 y lo podrá cancelar por medio de tarjeta de crédito o débito y efectivo.

Otro de los servicios prestados, será la publicidad que el establecimiento contrate, la cual será colocada de manera estratégica en la aplicación pretendiendo de esta manera que el usuario adquiera el producto expuesto en el anuncio

En relación al plan de marketing este será digital, alcanzando al mayor número de establecimientos, repartidores y usuarios por medio de redes sociales, también se plantea reuniones con dueños, gerentes, administradores de locales cuyo negocio se relacione a la preparación de alimentos, los repartidores verán en esta propuesta una forma de generar ingresos y al ser una aplicación muy dinámica los repartidores pueden realizar esta actividad

en moto, auto y bicicleta siempre y cuando cumplan con los tiempos de entrega. Se estima que, en el primer año, se podrá contar con treinta (30) repartidores y cincuenta (50) establecimientos, esto generará un ingreso total de US\$66.792.00, producto de los dos servicios ofertados. Esta es una posición bastante conservadora al analizar a la competencia en el Distrito Metropolitano de Quito, tiene más de 2000 repartidores y un número similar de establecimientos.

Se determinó que se requiere de una inversión inicial de US\$ 21.683,65; para crear la propuesta de negocio relacionada a la aplicación móvil para la comercialización de alimentos preparados, dentro de este valor se estableció el valor de activos tangibles, intangibles y el capital de trabajo, fundamentales para iniciar las operaciones en la oficina y garantizar los servicios tecnológicos en los primeros meses. En el primer año de funcionamiento de la propuesta de negocio, se estima que se percibirá un beneficio o utilidad neta de US\$ 2.832,47; y que se incrementará significativamente en los siguientes años alcanzando en el cuarto año \$29.453,43.

A partir de los flujos de caja, se pudo comprobar la viabilidad y factibilidad económica de la propuesta de negocio que se ofrecen en la aplicación móvil, determinando una Valor Actual Neto (VAN) en los primeros cuatro años de funcionamiento de \$ 6.677.72 una vez compensada la inversión inicial, y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 41,16% superior a la tasa de descuento.

Recomendaciones

Concluida la investigación se puede determinar que esta es viable y rentable, pese a las condiciones actuales de Ecuador y el mundo, se tendrá entonces que estar alerta a los cambios legales que puedan afectar al correcto funcionamiento de la aplicación móvil.

Para que las características de la propuesta sean medibles se tendrá que plantear mecanismos de confianza, evaluación y control entre los tres intervinientes (establecimiento, repartidor y usuario), para esto se puede establecer una cultura organizacional de mejora continua en donde los usuarios otorguen una calificación al establecimiento y repartidor, también el repartidor podría tener la opción de calificar al usuario y al establecimiento, para de esta manera determinar las futuras mejoras en el aplicación móvil.

Para que los establecimientos puedan acceder al servicio de publicidad, se deberá contar los lineamientos que debe cumplir cada uno de los promocionales, para que esta no se preste a ambigüedades y el usuario tenga claro el tipo de producto que está pidiendo.

El plan de marketing tendrá que ser analizado periódicamente y planificado de forma estratégica, basado en las últimas tendencias de comunicación, esto permitirá que tanto los repartidores y establecimientos tengan claro el rol que cada uno cumple dentro de la aplicación, es importante mencionar que dentro de las reuniones en cada uno de los establecimientos se debe dejar claro que el valor del envío será asumido por el usuario y también es importante mencionar la periodicidad con la que se realizaran los pagos tanto al establecimiento como a los repartidores.

Con la finalidad de reducir gastos financieros, se podría buscar otros inversionistas que cubran valor del crédito, para de esta evitar acceder al financiamiento ofertado por el banco, considerando que, desde el primer año existe utilidad y que esta crece a lo largo del tiempo.

Bibliografía

- Alvarado, O. (2015). *Administración Estratégica*. Universidad Centroamericana.
- Asamblea Nacional. (2017). *Reglamento Personalidad Jurídica Organizaciones Sociales*. Quito, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 109.
- ASAMBLEA NACIONAL. (2020). *LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN*. Quito, Ecuador: Suplemento del Registro Oficial No. 151.
- BCE. (02 de Julio de 2019). *Producto Interno Bruto (PIB)*. Recuperado el 27 de Mayo de 2020, de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1182-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-06-en-el-primer-trimestre-de-2019>
- BN Americas. (2019). *Consortio Ecuatoriano de Telecomunicaciones, S.A.* Obtenido de BN Americas: <https://www.bnamericas.com/es/perfil-empresa/consorcio-ecuatoriano-de-telecomunicaciones-sa-conecel-claro-ecuador>
- Carvajal, A. M. (10 de Enero de 2019). *Quito se convirtió en la ciudad más poblada del Ecuador con más de 2,7 millones de habitantes en el 2018*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/orden-movilidad-desafios-candidatos-alcaldia.html>
- Carvajal, A. M. (26 de Abril de 2020). Cuatro ‘apps’ de delivery cuentan con protocolos de sanidad. *El Comercio*, págs. <https://www.elcomercio.com/actualidad/aplicaciones-entregas-domicilio-protocolos-sanidad.html>.
- Castañeda, D. (01 de Diciembre de 2013). *¿Cómo se mide la desigualdad y por qué es importante saberlo?* Recuperado el 28 de Mayo de 2020, de Forbes Mexico: <https://www.forbes.com.mx/como-se-mide-la-desigualdad-y-por-que-es-importante-saberlo/>
- Claro. (2020). *¿Quiénes somos?* Obtenido de Claro: <https://www.claro.com.ec/personas/institucional/quienes-somos/>

- Coba, G. (09 de mayo de 2020). Las cocinas fantasma crecen en medio de la ‘coronacrisis’. *PRIMICIAS*, págs. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/restaurantes-fantasma-coronavirus-crisis/>.
- Coba, G. (25 de junio de 2020). *Primicias*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tendencias-consumo-negocios-nueva-normalidad/>
- Congreso Nacional. (1999). *Ley de Compañías*. Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.
- DPL. (2 de Junio de 2019). *Cada ecuatoriano produce 5,4 kg de residuos electrónicos*. Obtenido de Digital Policy & Law Group: <https://digitalpolicylaw.com/cada-ecuatoriano-produce-54-kg-de-residuos-electronicos/>
- El Comercio. (20 de Mayo de 2017). *La capital produce 15 toneladas de residuos sanitarios cada día*. Obtenido de El Comercio: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/179/11/la-capital-produce-15-toneladas-de-residuos-sanitarios-cada-dia>
- El Telégrafo. (20 de Mayo de 2017). *La capital produce 15 toneladas de residuos sanitarios cada día*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/179/11/la-capital-produce-15-toneladas-de-residuos-sanitarios-cada-dia>
- El Telégrafo. (09 de noviembre de 2019). Tres plataformas generan 4.100 empleos. *Tres plataformas generan 4.100 empleos*, págs. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/plataformas-digitales-repartidores>.
- El Universo. (29 de Diciembre de 2019). *Así se comportaron los ecuatorianos en internet en 2019*. Recuperado el 28 de Mayo de 2020, de C.A. EL UNIVERSO: <https://www.eluniverso.com/larevista/2019/12/29/nota/7669362/asi-se-comportaron-ecuatorianos-internet-2019>
- El Universo. (30 de Junio de 2020). *En Ecuador ha aumentado la demanda de internet y el consumo de contenido debido al aislamiento*. Obtenido de C.A. EL UNIVERSO:

<https://www.eluniverso.com/larevista/2020/06/29/nota/7888932/ecuador-ha-aumentado-demanda-internet-consumo-contenido-debido>

EMASEO. (25 de mayo de 2018). *Entre 2200 y 2400 toneladas de residuos se recolectan diariamente en Quito*. Obtenido de <http://www.emaseo.gob.ec/emaseo-entre-2200-y-2400-toneladas-de-residuos-se-recolectan-diariamente-en-quito/>

EMIS. (2020). *OTECCEL S.A. (Ecuador)*. Obtenido de EMIS: https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Otecel_SA_es_2082181.html

Espinoza, A. (29 de Marzo de 2015). *La tecnología pasó de ser una moda a una necesidad*. Recuperado el 28 de Mayo de 2020, de EL TELÉGRAFO: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/la-tecnologia-paso-de-ser-una-moda-a-una-necesidad>

Fundación BBVA. (Febrero de 2019). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Recuperado el 27 de Mayo de 2020, de Progreso: <http://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/revistaprogreso/ley-organica-emprendimiento-e-innovacion/>

GOOGLE MAPS. (14 de octubre de 2020). *GOOGLE MAPS*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Colon+Y+Amazonas+2/@-0.2010955,-78.4932983,16z/data=!4m5!3m4!1s0x91d59a6c969e335b:0x88e4f90f823cd3b7!8m2!3d-0.2002198!4d-78.4911816?hl=es&authuser=0>

INEC. (2010). *Censo Nacional Económico*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Játiva, P. (27 de Enero de 2019). *Ecuador, huérfano político*. Recuperado el 27 de Mayo de 2020, de GK: <https://gk.city/2019/01/28/escenario-politico-ecuador-2019/>

Játiva, P. (28 de Enero de 2019). *Ecuador, huérfano político*. Obtenido de GK: <https://gk.city/2019/01/28/escenario-politico-ecuador-2019/>

La Hora. (06 de marzo de 2019). El 60% de restaurantes utilizan ‘apps’ para mejorar sus ventas. *El 60% de restaurantes utilizan ‘apps’ para mejorar sus ventas*, págs. https://lahora.com.ec/quito/noticia/1102226951/el-60_-de-restaurantes-utilizan-apps-para-mejorar-sus-ventas-.

- Líderes. (11 de julio de 2019). *El metal reciclado pesa en la industria*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/metal-reciclado-pesa-industria.html>
- Lombeida, E., & Serrano, M. (16 de Enero de 2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Sub Empleo (ENEMDU), Diciembre 2019*. Quito: INEC. Obtenido de INEC.
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2016). *Telefonía: Ecuador tiene más de 14 millones de abonados al Servicio Móvil Avanzado*. Recuperado el 28 de Mayo de 2020, de Gobierno de la República del Ecuador: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/telefonía-ecuador-tiene-mas-de-14-millones-de-abonados-al-servicio-movil-avanzado/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (18 de febrero de 2015). Ley Orgánica de Telecomunicaciones. *Ley Orgánica de Telecomunicaciones*. Quito , Ecuador .
- MPPN. (2018). *Pobreza Multidimensional*. Recuperado el 28 de Mayo de 2020, de MPPN: <https://mppn.org/es/pobreza-multidimensional/para-que-sirve/>
- Naranjo, Martinez y Subía. (01 de Marzo de 2020). *Entra en Vigencia la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Recuperado el 28 de Mayo de 2020, de SHIFT LATAM: <https://nmslaw.com.ec/entra-vigencia-ley-organica-emprendimiento-innovacion/>
- Porter, M. E. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*.
- Secretaría de Ambiente. (2016). *Gestores autorizados de residuos no peligrosos*. Quito, Ecuador: Secretaría de Ambiente del Municipio del Distrito Metropolitano Quito.
- Serrano, D. (28 de octubre de 2018). Más aplicaciones compiten para entregar comida. *El Comercio* , pág. Actualidad .
- Serrano, E., & Lombeida, M. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), Junio 2019*. Quito: INEC.
- Servicio de Rentas Internas. (abril de 2020). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <https://srienlinea.sri.gob.ec/saiku-ui/>
- Suárez, J., & Ibarra, S. (2002). *La Teoría de los Recursos y las Capacidades*. Dialnet.

Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (2020). *Superintendencia de Compañías Valores y Seguros*. Obtenido de <http://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?SM=query&search=%2Fcontent%2Ffolder%5B%40name%3D%27Reportes%27%5D%2Ffolder%5B%40name%3D%27Compa%C3%B1ia%27%5D%2FreportView%5B%40name%3D%27Visualiza%C3%A7%C3%A3o%20de%20Relat%C3%B3rio%20do%20Busq>

Tapia, E., & Astudillo, G. (7 de Enero de 2020). *Ecuador repitió la inflación anual negativa en 2019*. Recuperado el 27 de Mayo de 2020, de Grupo EL COMERCIO: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-inflacion-anual-negativa-negocios.html>

Tapia, E., & Silva, V. (30 de marzo de 2020). *El Comercio*. Obtenido de Demanda de servicio a domicilio por ‘apps’ se disparó y pedidos demoran: <https://www.elcomercio.com/actualidad/apps-delivery-demanda-demora-pedidos.html>

Torres, W. (15 de julio de 2020). *Primicias*. Obtenido de Economía de Ecuador decrecerá 10,9% en 2020, según el FMI: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/economia-ecuador-decrecera-109-2020-fmi/>

Zambrano, p. (16 de MARZO de 2020). El impacto del Covid-19 en la economía tiene tres escenarios. *PRIMICIAS*, págs. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/impacto-covid-19-economia-escenarios/>. Recuperado el 27 de Mayo de 2020, de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/impacto-covid-19-economia-escenarios/>

ANEXOS

Anexo 1: Formato de encuesta comerciantes y clientes

ENCUESTA COMERCIANTES FIJOS Y TEMPORALES

Esta encuesta se realiza como parte de un estudio para la obtención de la licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad de los Hemisferios, por favor conteste con la verdad señalando en la respuesta que usted cree es la correcta. Esta encuesta es confidencial y privada.

1. ¿Dispone usted de servicio a domicilio?

SÍ		NO	
----	--	----	--

Si su respuesta fue SÍ, pase a la pregunta No. 2; si fue NO pase a la pregunta No. 3

2. ¿Cuáles han sido sus mayores problemas en la entrega a domicilio? Puede escoger más de una opción de respuesta

No llega a tiempo		Es muy costoso	
No cubre toda la ciudad		No siempre están disponibles	
Los repartidores no son serios		No confío en los repartidores	
He tenido problemas en las entregas		No conocen la ciudad	
Otro:			

3. ¿A sus clientes les interesaría que usted les entregue a domicilio?

SÍ		NO	
----	--	----	--

Si su respuesta fue que NO, le agradezco por su tiempo, termina la encuesta. Si su respuesta fue SÍ, pase a la siguiente pregunta.

4. ¿Sus clientes estarían dispuestos a pagar un recargo por la entrega domiciliar?

SÍ		NO	
----	--	----	--

5. ¿Le gustaría que los pedidos se hagan a través de una aplicación celular donde usted ofrezca todos sus productos?

SÍ		NO	
----	--	----	--

6. ¿Cuánto es el presupuesto mensual asignado a publicidad?

No tengo presupuesto		Entre 21 y 30 dólares	
Entre 10 y 20 dólares		Mayor a 31dólares	

MUCHAS GRACIAS

ENCUESTA A CONSUMIDORES

Esta encuesta se realiza como parte de un estudio para la obtención de la licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad de los Hemisferios, por favor conteste con la verdad señalando en la respuesta que usted cree es la correcta. Esta encuesta es confidencial y privada.

1. ¿Realiza usted pedidos a domicilio de alimentos preparados, frutas, legumbres, licores, medicina, papelería, ferretería, películas, ropa, helados y demás?

SÍ		NO	
----	--	----	--

Si su respuesta fue SÍ, pase a la pregunta No. 2; si fue NO le agradezco, termina la encuesta

2. ¿A través de qué medios solicita usted sus pedidos a domicilio?

Con aplicaciones del celular		Por teléfono del mismo local	
A través de la computadora		Por pedidos programados	
Otro:			

3. ¿Cada cuándo hace pedidos a domicilio?

Una vez al día		Una vez por semana	
Cada quince días		Una vez por mes	
Cada tres meses		Cada semestre	
Una vez al año		De vez en cuando	

4. Califique el nivel de satisfacción con su actual forma de pedir a domicilio

Excelente		Muy bueno	
Bueno		Malo	
Muy malo			

5. ¿Por qué medios conoció la aplicación o el número telefónico que utiliza para hacer pedidos a domicilio?

Facebook		Instagram	
YouTube		Twitter	
Outlook		Gmail	
Google		Snapchat	
Prensa escrita		Revista	
Televisión		Radio	
Otro medio			

6. ¿Qué precio paga actualmente por su pedido a domicilio?

No pago nada		Hasta usd1 por pedido	
Hasta usd1,5 por pedido		Hasta usd2 por pedido	
Hasta usd2,5 por pedido		Hasta usd3 por pedido	
Hasta de usd3,5 por pedido		Más de usd3,5 por pedido	

7. ¿Cuánto se demora en promedio el pedido que usted realiza?

Menos de 20 minutos		Menos de 30 minutos	
Menos de 45 minutos		Menos de una hora	
Más de una hora		A veces no llega	

8. ¿Qué cobertura tiene la aplicación celular o los contactos que dispone, de los locales donde usted normalmente hace sus pedidos?

Todos los que necesito		Casi todos	
Solo de las grandes cadenas		Solo comercios locales	
No abarcan los comercios informales		No llegan a mi barrio	

9. ¿Cuáles son los productos elaborados que mayormente son sus preferidos al momento de hacer un pedido a domicilio? Por favor solo escoja uno

Comida criolla		Pollo		Carne	
Mariscos		Helados		Rápida	
Ropa		Papelería		Farmacia	
Ferretería		Licores		Frutas y verduras	
Películas DVD		Libros y revistas		Otro:	

10. ¿Estaría usted dispuesto a cambiar la forma de hacer sus pedidos, a una aplicación celular que le permita la llegada de todos los productos que se encuentran alrededor de su casa o que son los que más le gustan, a un precio justo y en el menor tiempo posible?

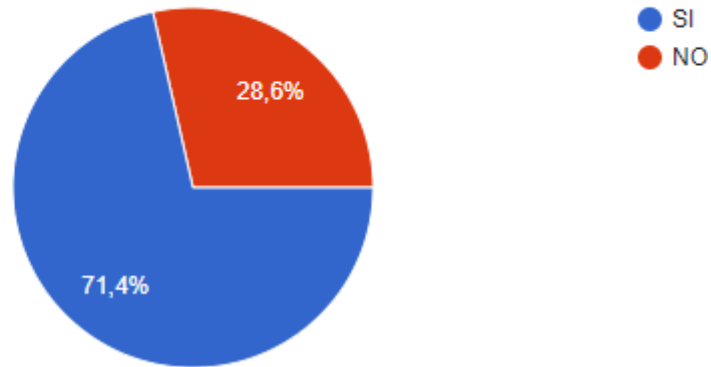
SÍ		NO	
----	--	----	--

MUCHAS GRACIAS

Anexo 2 Tabulación de encuestas comerciantes

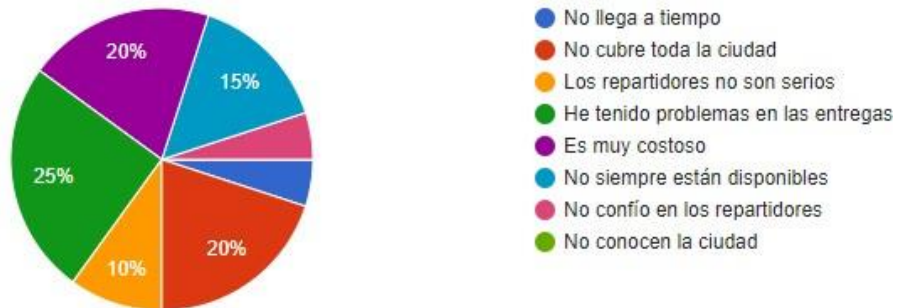
1. ¿Dispone usted de servicio a domicilio?

28 respuestas



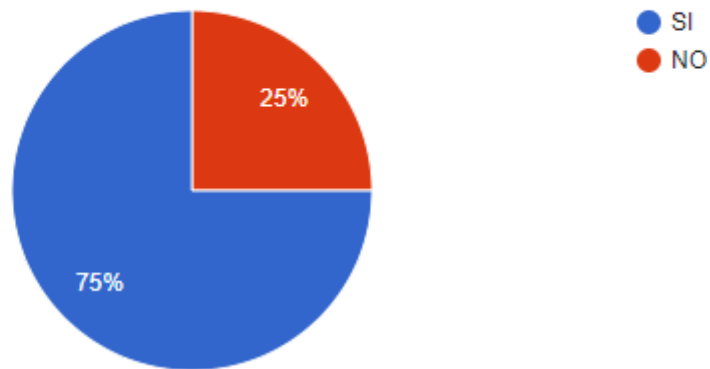
2. ¿Cuáles han sido sus mayores problemas en la entrega a domicilio? Puede escoger más de una opción de respuesta

20 respuestas



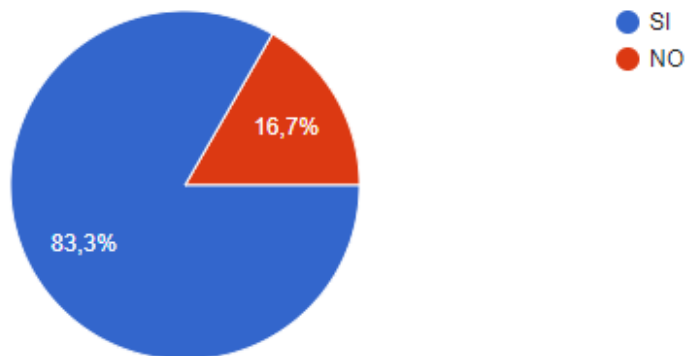
3. ¿A sus clientes les interesaría que usted les entregue a domicilio?

8 respuestas



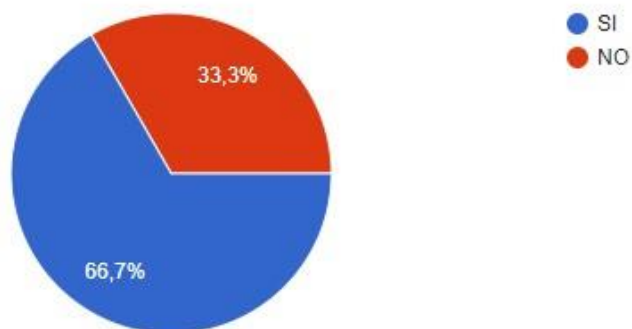
4. ¿Sus clientes estarían dispuestos a pagar un recargo por la entrega domiciliar?

6 respuestas



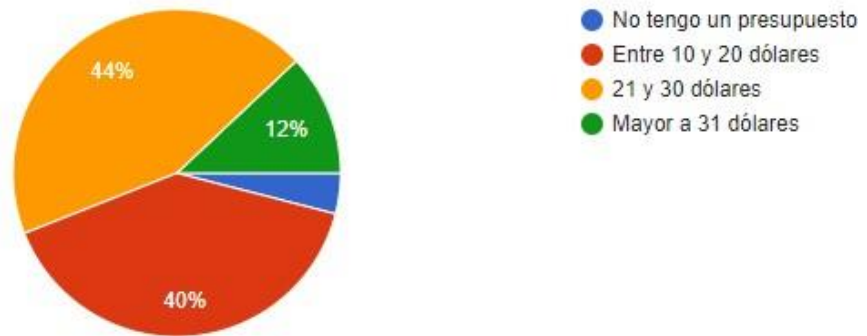
5. ¿Le gustaría que los pedidos se hagan a través de una aplicación celular donde usted ofrezca todos sus productos?

6 respuestas



6. ¿Cuanto es el presupuesto mensual asignado a publicidad?

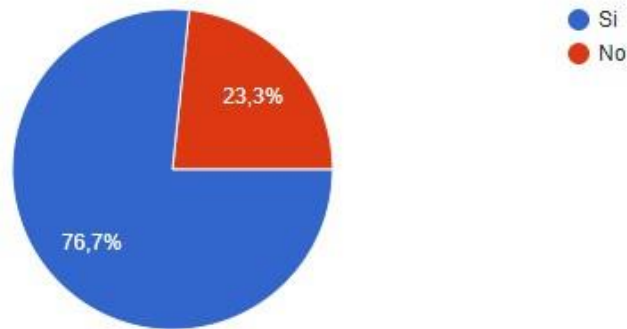
25 respuestas



Anexo 3 Tabulación de encuestas clientes

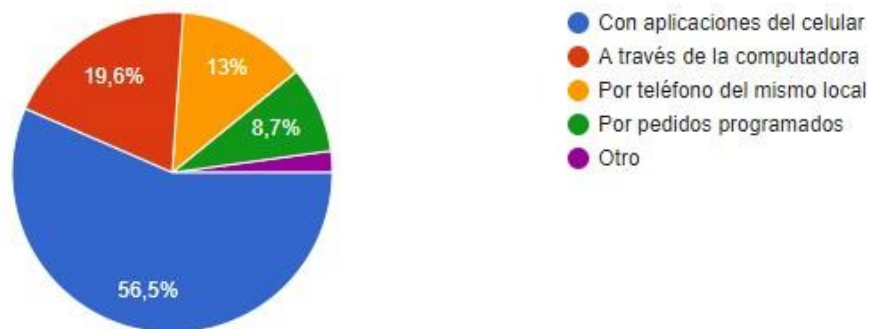
1. ¿Realiza usted pedidos a domicilio de alimentos preparados, frutas, legumbres, licores, medicina, papelería, ferretería, películas, ropa, helados y demás?

60 respuestas



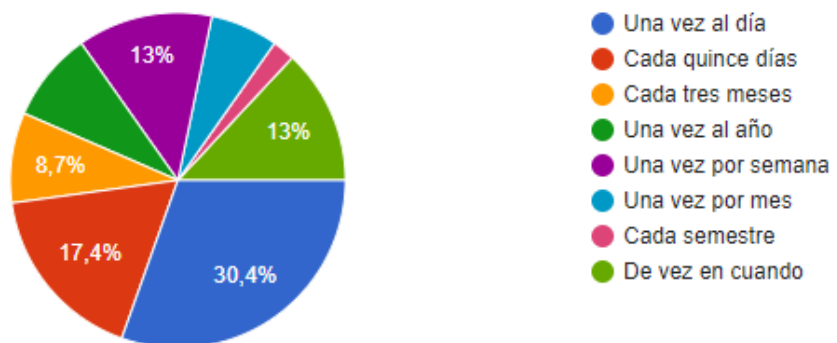
2. ¿A través de qué medios solicita usted sus pedidos a domicilio?

46 respuestas



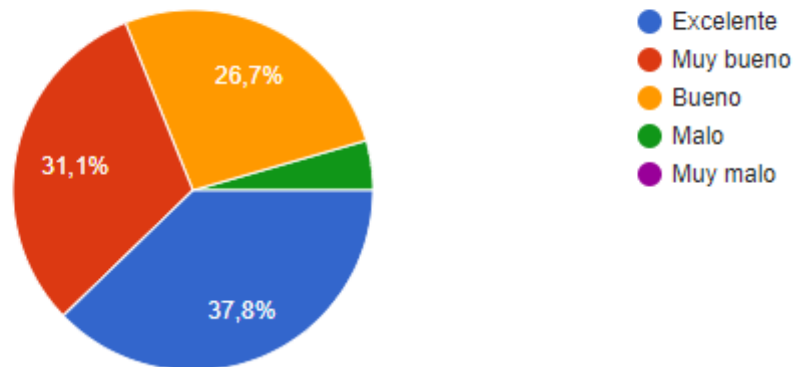
3. ¿Cada cuándo hace pedidos a domicilio?

46 respuestas



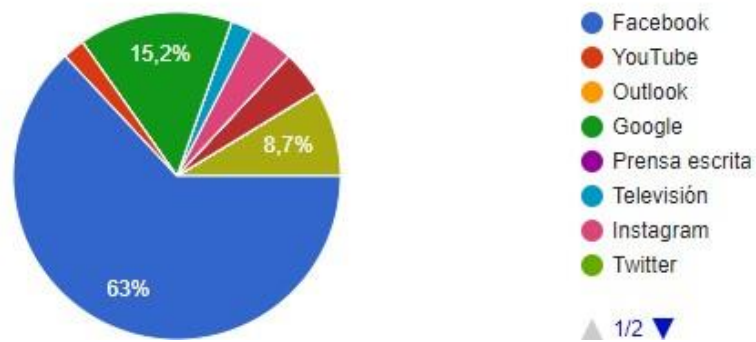
4. Califique el nivel de satisfacción con su actual forma de pedir a domicilio

45 respuestas



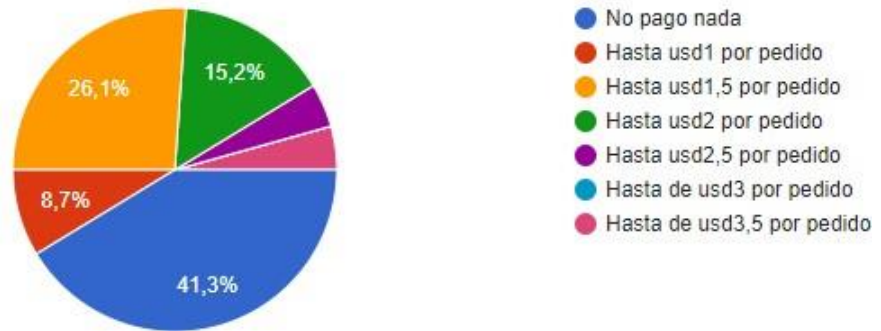
5. ¿Por qué medios conoció la aplicación o el número telefónico que utiliza para hacer pedidos a domicilio?

46 respuestas



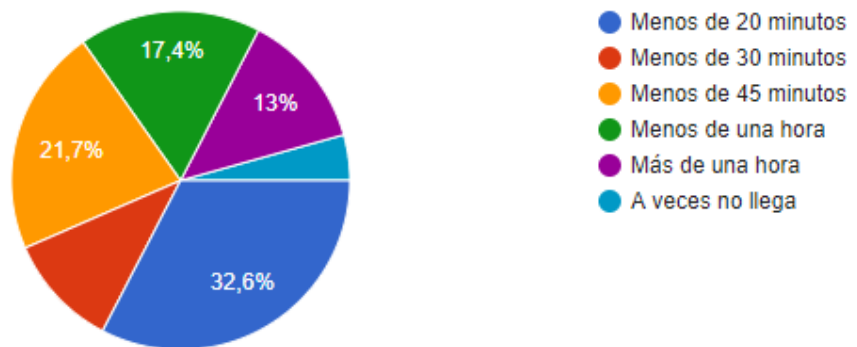
6. ¿Qué precio paga actualmente por su pedido a domicilio?

46 respuestas



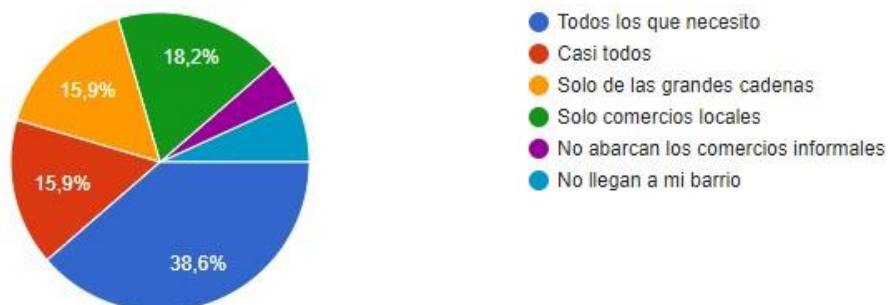
7. ¿Cuánto se demora en promedio el pedido que usted realiza?

46 respuestas



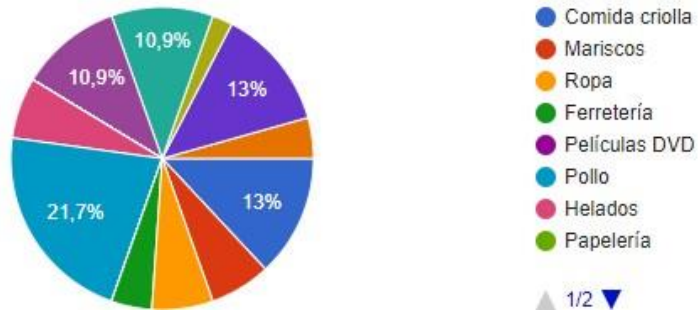
8. ¿Qué cobertura tiene la aplicación celular o los contactos que dispone, de los locales donde usted normalmente hace sus pedidos?

44 respuestas



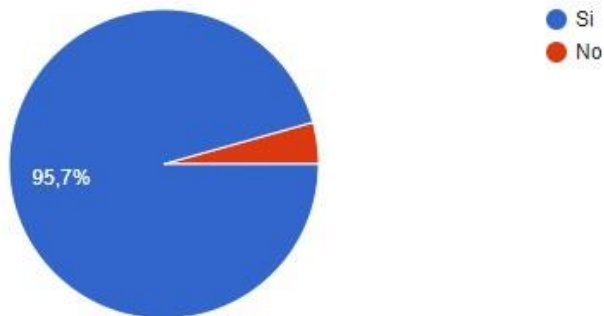
9. ¿Cuáles son los productos elaborados que mayormente son sus preferidos al momento de hacer un pedido a domicilio? Por favor solo escoja uno

46 respuestas



10. ¿Estaría usted dispuesto a cambiar la forma de hacer sus pedidos, a una aplicación celular que le permita la llegada de todos los productos que se encuentran alrededor de su casa o que son los que más le gustan, a un precio justo y en el menor tiempo posible?

46 respuestas



Anexo 4 Proceso de servicio

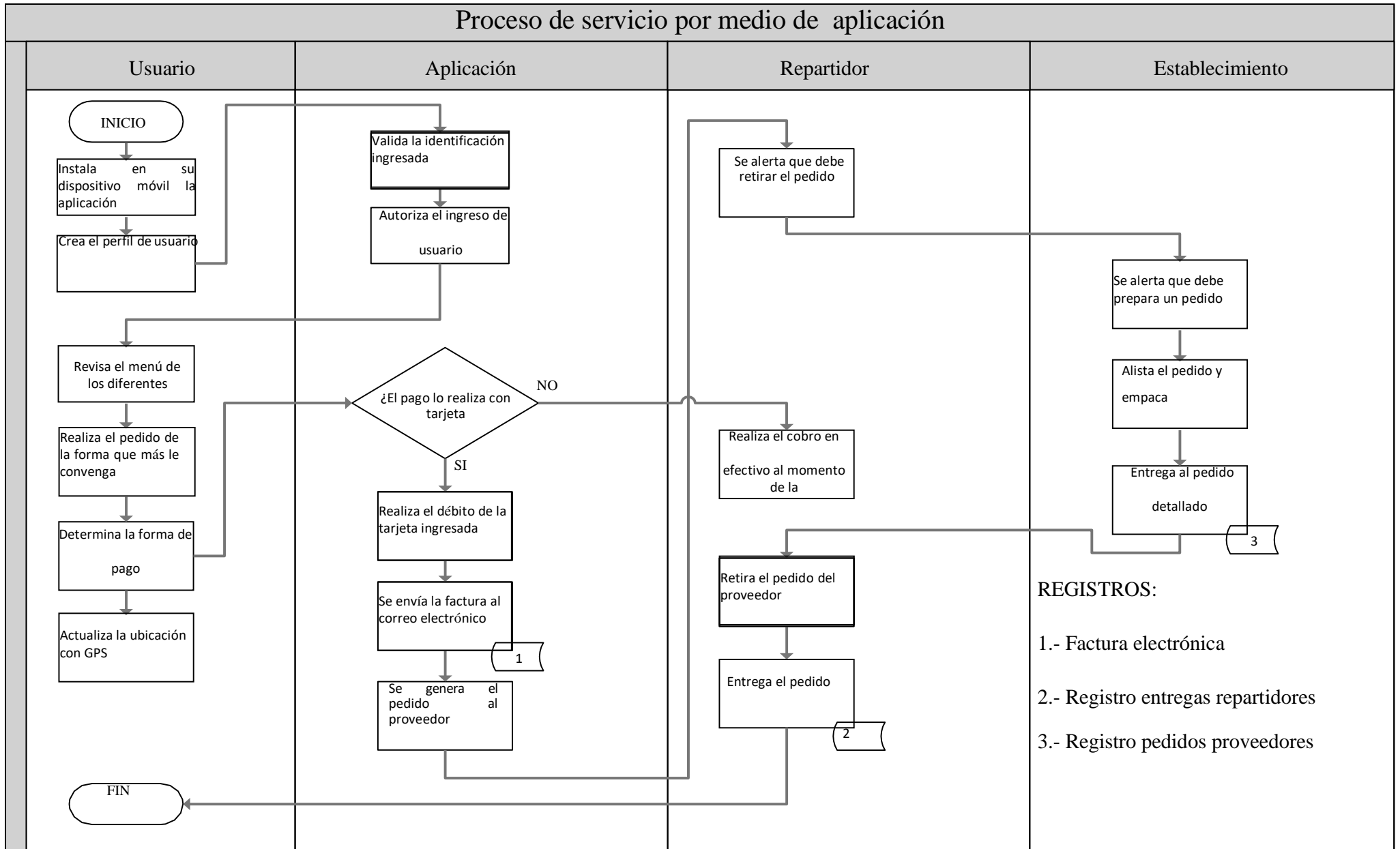


Figura 6 Proceso de servicio

Anexo 5 Sueldos y salarios

Tabla 36 Sueldos y salarios

Año 1									
Salario				Beneficios					Total
Cargo	Sueldo	Cantidad	Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Gerente General	700,00	1	8.400,00	700,00	400,00	-	1.020,60	2.120,60	10.520,60
Programación	560,00	1	6.720,00	560,00	400,00	-	816,48	1.776,48	8.496,48
Administración	480,00	1	5.760,00	480,00	400,00	-	699,84	1.579,84	7.339,84
Comercial	480,00	1	5.760,00	480,00	400,00	-	699,84	1.579,84	7.339,84
Secretaria	400,00	1	4.800,00	400,00	400,00	-	583,20	1.383,20	6.183,20
TOTAL	2.620,00	5,00	31.440,00	2.620,00	2.000,00	-	3.819,96	8.439,96	39.879,96

Año 2									
Salario				Beneficios					Total
Cargo	Sueldo	Cantidad	Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Gerente General	702,59	1	8.431,08	702,59	401,48	702,59	1.024,38	2.831,04	11.262,12
Programación	562,07	1	6.744,84	562,07	401,48	562,07	819,50	2.345,12	9.089,96
Administración	481,78	1	5.781,36	481,78	401,48	481,78	702,44	2.067,48	7.848,84
Comercial	481,78	1	5.781,36	481,78	401,48	481,78	702,44	2.067,48	7.848,84
Secretaria	401,48	1	4.817,76	401,48	401,48	401,48	585,36	1.789,80	6.607,56
TOTAL	2.629,70	5,00	31.556,40	2.629,70	2.007,40	2.629,70	3.834,10	11.100,90	42.657,30

Año 3									
Salario				Beneficios					Total
Cargo	Sueldo	Cantidad	Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Gerente General	705,19	1	8.462,28	705,19	402,97	705,19	1.028,17	2.841,51	11.303,79
Programación	564,15	1	6.769,80	564,15	402,97	564,15	822,53	2.353,80	9.123,60

Administración	483,56	1	5.802,72	483,56	402,97	483,56	705,03	2.075,12	7.877,84
Comercial	483,56	1	5.802,72	483,56	402,97	483,56	705,03	2.075,12	7.877,84
Secretaria	402,97	1	4.835,64	402,97	402,97	402,97	587,53	1.796,44	6.632,08
TOTAL	2.639,43	5,00	31.673,16	2.639,43	2.014,83	2.639,43	3.848,29	11.141,98	42.815,14

Año 4									
Salario				Beneficios					Total
Cargo	Sueldo	Cantidad	Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Gerente General	707,80	1	8.493,60	707,80	404,46	707,80	1.031,97	2.852,03	11.345,63
Programación	566,24	1	6.794,88	566,24	404,46	566,24	825,58	2.362,51	9.157,39
Administración	485,35	1	5.824,20	485,35	404,46	485,35	707,64	2.082,80	7.907,00
Comercial	485,35	1	5.824,20	485,35	404,46	485,35	707,64	2.082,80	7.907,00
Secretaria	404,46	1	4.853,52	404,46	404,46	404,46	589,70	1.803,08	6.656,60
TOTAL	2.649,20	5,00	31.790,40	2.649,20	2.022,28	2.649,20	3.862,53	11.183,22	42.973,62

Elaboración propia

Anexo 6 Costo y gasto de la propuesta

Tabla 37 Costo y gasto de la propuesta

Arriendo				
Concepto	Cantidad	Precio	Mensual	Annual
Arriendo de Oficina	1	300,00	300,00	3.600,00
TOTAL			300,00	3.600,00
Servicio de Terceros				
Concepto	Cantidad	Precio	Mensual	Annual
Desarrollador de Aplicación Móvil	1	780,00		780,00
TOTAL			-	780,00
Servicios Básicos				
Concepto	Consumo	Precio	Mensual	Annual
Servicio de luz eléctrica (Kw)	800	0,12	96,00	1.152,00
Servicio de agua potable (m3)	100	0,65	65,00	780,00
Servicio telefónico (Planes)	2	32,00	64,00	768,00
Servicio de internet (Planes)	1	52,00	52,00	624,00
TOTAL			277,00	3.324,00
Suministro de Oficina				
Concepto	Consumo	Precio	Mensual	Annual
Resma de papel bond A4 (Paq)	5	12,00	60,00	720,00
Folder Carpeta Manila (Paq)	5	8,60	43,00	516,00
Sobres Manila	5	1,20	6,00	72,00
Cartuchos de impresora	1	12,00	12,00	144,00
Esferos	10	0,65	6,50	78,00
Resaltador	5	1,25	6,25	75,00
TOTAL			133,75	1.605,00
Publicidad y Promoción				
Concepto	Consumo	Precio	Mensual	Annual
Material POP	100,00	3,00	300,00	3.600,00
Redes sociales (Plan)	3,00	170,00	510,00	6.120,00
TOTAL			810,00	9.720,00

Elaboración propia

Anexo 7 Depreciación y amortización

Tabla 38 Depreciación y amortización de activos

Resumen de Depreciaciones					
Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres de Oficina	349,00	349,00	349,00	349,00	349,00
Equipos Tecnológicos	1.133,00	1.133,00	1.133,00	-	-
Equipos de Oficina	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
TOTAL	1.494,00	1.494,00	1.494,00	361,00	361,00

Amortizaciones					
Concepto	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Activos intangibles	1.954,15	488,54	488,54	488,54	488,54
TOTAL	1.954,15	488,54	488,54	488,54	488,54

Elaboración propia

Gastos de publicidad	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 9.720,00
Flujo Operativo	\$ 331,92	\$ 721,92	\$ 721,92	\$ 721,92	\$ 721,92	\$ 526,92	\$ 721,92	\$ 721,92	\$ 721,92	\$ 721,92	\$ 721,92	\$ 721,92	\$ 526,92	\$ 7.883,04
Gasto financiero	\$ 149,64	\$ 147,18	\$ 144,71	\$ 142,20	\$ 139,68	\$ 137,13	\$ 134,55	\$ 131,95	\$ 129,32	\$ 126,67	\$ 123,99	\$ 121,28	\$ 121,28	\$ 1.628,30
Pago de capital	\$ 248,81	\$ 251,26	\$ 253,74	\$ 256,24	\$ 258,77	\$ 261,32	\$ 263,89	\$ 266,49	\$ 269,12	\$ 271,77	\$ 274,45	\$ 277,16	\$ 277,16	\$ 3.153,03
Flujo antes Impuesto Renta	\$ 182,28	\$ 574,74	\$ 577,21	\$ 579,72	\$ 582,24	\$ 389,79	\$ 587,37	\$ 589,97	\$ 592,60	\$ 595,25	\$ 597,93	\$ 405,64	\$ 405,64	\$ 6.254,74
Participación Laboral (15%)	\$ 27,34	\$ 86,21	\$ 86,58	\$ 86,96	\$ 87,34	\$ 58,47	\$ 88,11	\$ 88,50	\$ 88,89	\$ 89,29	\$ 89,69	\$ 60,85	\$ 60,85	\$ 938,21
Flujo antes Participación Laboral	\$ 154,94	\$ 488,53	\$ 490,63	\$ 492,76	\$ 494,91	\$ 331,32	\$ 499,26	\$ 501,48	\$ 503,71	\$ 505,96	\$ 508,24	\$ 344,79	\$ 344,79	\$ 5.316,53
Impuesto a la renta (22%)	\$ 34,09	\$ 107,48	\$ 107,94	\$ 108,41	\$ 108,88	\$ 72,89	\$ 109,84	\$ 110,32	\$ 110,82	\$ 111,31	\$ 111,81	\$ 75,85	\$ 75,85	\$ 1.169,64
Flujo de Efectivo	\$ 120,85	\$ 381,05	\$ 382,69	\$ 384,35	\$ 386,03	\$ 258,43	\$ 389,43	\$ 391,15	\$ 392,89	\$ 394,65	\$ 396,43	\$ 268,94	\$ 268,94	\$ 4.146,90

FLUJO AÑO 2

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL	
Ingresos	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 6.623,60	\$ 79.483,20
Ingresos por ventas publicidad	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 1.403,60	\$ 16.843,20
Ingresos por entregas	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 5.220,00	\$ 62.640,00
Costos Variables	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 9.089,96
Mano de Obra	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 9.089,96

Flujo Bruto	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 5.866,10	\$ 70.393,24
Costos Fijos	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 4.487,76	\$ 53.853,08
Sueldos y salarios	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 2.797,28	\$ 33.567,34
Gastos de arriendo	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Gasto servicios de terceros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos servicios básicos	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 278,02	\$ 3.336,30
Gasto suministros de oficina	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 134,24	\$ 1.610,94
Gastos de publicidad	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 813,00	\$ 9.755,96
Depreciaciones	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 124,50	\$ 1.494,00
Amortizaciones	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 40,71	\$ 488,54
Flujo Operativo	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 1.378,35	\$ 16.540,16
Gasto financiero	\$ 118,55	\$ 115,79	\$ 113,01	\$ 110,19	\$ 107,35	\$ 104,48	\$ 101,58	\$ 98,66	\$ 95,70	\$ 92,72	\$ 89,70	\$ 86,66	\$ 1.234,39
Pago de capital	\$ 279,89	\$ 282,65	\$ 285,44	\$ 288,25	\$ 291,09	\$ 293,96	\$ 296,86	\$ 299,79	\$ 302,74	\$ 305,73	\$ 308,74	\$ 311,79	\$ 3.546,94
Flujo antes Impuesto Renta	\$ 1.259,79	\$ 1.262,55	\$ 1.265,34	\$ 1.268,15	\$ 1.271,00	\$ 1.273,87	\$ 1.276,76	\$ 1.279,69	\$ 1.282,65	\$ 1.285,63	\$ 1.288,64	\$ 1.291,69	\$ 15.305,77
Participación Laboral (15%)	\$ 188,97	\$ 189,38	\$ 189,80	\$ 190,22	\$ 190,65	\$ 191,08	\$ 191,51	\$ 191,95	\$ 192,40	\$ 192,84	\$ 193,30	\$ 193,75	\$ 2.295,87

Flujo antes Participación Laboral	\$ 1.070,8 3	\$ 1.073,1 7	\$ 1.075,5 4	\$ 1.077,9 3	\$ 1.080,35	\$ 1.082,7 9	\$ 1.085,2 5	\$ 1.087,7 4	\$ 1.090,2 5	\$ 1.092,7 9	\$ 1.095,3 5	\$ 1.097,9 3	\$ 13.009,9 0
Impuesto a la renta (22%)	\$ 235,58	\$ 236,10	\$ 236,62	\$ 237,14	\$ 237,68	\$ 238,21	\$ 238,75	\$ 239,30	\$ 239,85	\$ 240,41	\$ 240,98	\$ 241,55	\$ 2.862,18
Flujo de Efectivo	\$ 835,24	\$ 837,07	\$ 838,92	\$ 840,79	\$ 842,67	\$ 844,57	\$ 846,49	\$ 848,43	\$ 850,39	\$ 852,37	\$ 854,37	\$ 856,39	\$ 10.147,7 3

Elaboración propia

Anexo 9 Flujo de caja anual

Tabla 40 Flujo de caja anual

Concepto	Flujo de caja esperado				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ingresos		66792,00	79483,20	92200,51	106952,59
Ingresos por ventas		66792,00	79483,20	92200,51	106952,59
Costos Variables		8496,48	9089,96	9123,60	9157,39
Mano de Obra		8496,48	9089,96	9123,60	9157,39
Utilidad Bruta		58295,52	70393,24	83076,92	97795,20
Costos Fijos		50412,48	51870,55	52049,14	52228,38
Sueldos y salarios		31383,48	33567,34	33691,54	33816,22
Gastos de arriendo		3600,00	3600,00	3600,00	3600,00
Gasto servicios de terceros		780,00	-	-	-
Gastos servicios básicos		3324,00	3336,30	3348,64	3360,99
Gasto suministros de oficina		1605,00	1610,94	1616,90	1622,88
Gastos de publicidad		9720,00	9755,96	9792,06	9828,29
Utilidad Operativa		7883,04	18522,70	31027,77	45566,82
Gasto financiero		1628,30	1234,39	791,27	292,79
Pago de capital financiado		3153,03	3546,94	3990,05	4488,53
Utilidad antes Impuesto Renta		3101,71	13741,37	26246,45	40785,49
Participación Laboral (15%)		640,83	2295,87	4238,09	6663,67
Utilidad antes Participación Laboral		2460,88	11445,51	22008,35	34121,82
Impuesto a la renta (22%)		798,90	2862,18	5283,49	8307,38
Utilidad neta		1661,98	8583,33	16724,86	25814,44
Capital de trabajo					14525,50
Inversiones					
(-) Inversión en activos no corrientes	7158,15				
(+) Valor residual					361,00
(-) Inversión en activos corrientes	14525,50				
Flujo de efectivo neto	21683,65	1661,98	8583,33	16724,86	40700,94

Elaboración propia